

平成 26 年度 使用済製品等のリユース促進事業研究会  
報告書

平成 27 年 3 月

環境省大臣官房廃棄物・リサイクル対策部企画課リサイクル推進室



## 《目次》

本事業の目的と概要.....	1
第1章 使用済製品等のリユースに関するモデル事業.....	6
I. 東京都八王子市.....	7
II. 神奈川県逗子市.....	19
III. 愛知県武豊町.....	40
第2章 使用済製品等のリユースに関するモデル事業の取りまとめ.....	49
I. 使用済製品等のリユースに関するモデル事業フォローアップ調査結果.....	49
II. 市町村による使用済製品等のリユース取組促進のための手引き（案）.....	70
第3章 中古衣類を対象とした海外でのリユース実態調査.....	135
第4章 インターネットオークション・宅配リユースに関する実態調査.....	147
第5章 リユース関連事業者との意見交換会の開催.....	170
第6章 使用済製品等のリユース促進事業 分科会での検討結果.....	174
別添 リユース業界に関わる関係法令(環境関連法以外)の整理（案）.....	178



## 本事業の目的と概要

使用済製品の3R（リデュース、リユース、リサイクル）のうち、リサイクルについては、特定家庭用機器再商品化法や資源の有効な利用の促進に関する法律に基づき、一定程度進展しつつある一方で、製品の適正な継続使用の促進を通じた廃棄物の減量化（リデュース、リユース）については、より一層の促進が必要とされている。

平成22年度より「使用済製品等のリユース促進事業研究会」を設置し、環境保全上の効果の点からも推進することが望ましいリユースに関する様々な取組の活性化を図るため事業を実施しているところである。

平成26年度の事業では、市町村とリユース業者や市民団体・NPO等との連携によるリユースモデル事業の実施及び平成23・24・25年度に実施したリユースモデル事業のフォローアップ調査を行うとともに、モデル事業の成果を踏まえ、他の地域で展開・波及するための実施手順を示す「市町村によるリユース取組み促進のための手引き（案）」を作成した。

また、リユースの実態に関する調査として、中古衣類を対象とした海外でのリユース実態調査、インターネットオークション・宅配リユースに関する実態調査を行い、今後のリユース推進に向けた課題や支援策を検討した。

リユース事業者との意見交換会を開催しリユース促進に向けた方向性について検討を行うとともに、分科会を設置し、リユース業界を取り巻く法的環境（環境関連法以外）の整理の検討及びリユースに関する国際動向調査等を通じて、リユースを促進するための制度や政策設計について検討を行った。

平成26年度 使用済製品等のリユース促進事業研究会  
研究会メンバー

<座長>

三橋 規宏 千葉商科大学 名誉教授

<委員>

小野田弘士 早稲田大学大学院環境・エネルギー研究科 准教授  
加藤 正 公益財団法人市川市清掃公社 前理事長  
黒田 武志 リネットジャパングループ株式会社 代表取締役社長  
佐々木五郎 公益社団法人全国都市清掃会議 専務理事  
佐々木 創 中央大学経済学部 准教授  
杉 研也 日本リユース業協会 事務局  
杉本 亨 ヤフー株式会社ヤフオク！カンパニー サービス推進本部リユース推進部部長  
田崎 智宏 国立環境研究所 資源循環・廃棄物研究センター循環型社会システム研究室室長  
手塚 一郎 清和大学法学部 講師  
長沢 伸也 早稲田大学大学院商学研究科 教授  
波多部 彰 一般社団法人日本リユース機構 代表理事  
服部美佐子 NPO 法人持続社会を実現する市民プロジェクト 代表理事  
藤田 惇 一般社団法人ジャパンリサイクルアソシエーション 代表理事  
和田 由貴 3R 推進マイスター、節約アドバイザー

<オブザーバー>

信田 哲宏 経済産業省産業技術環境局リサイクル推進課 課長補佐  
白石 雅裕 経済産業省産業技術環境局リサイクル推進課 企画三係長（3R担当）  
伊藤 暁 経済産業省商務情報政策局情報通信機器課環境リサイクル室 室長補佐  
守安あざみ 経済産業省商務情報政策局情報通信機器課環境リサイクル室 係長

<事務局（環境省）>

庄子 真憲 環境省大臣官房廃棄物・リサイクル対策部リサイクル推進室 室長  
谷貝 雄三 環境省大臣官房廃棄物・リサイクル対策部企画課リサイクル推進室室長補佐  
川崎 直也 環境省大臣官房廃棄物・リサイクル対策部企画課リサイクル推進室室長補佐  
伊藤 宏充 環境省大臣官房廃棄物・リサイクル対策部企画課循環型社会推進室室長補佐  
玉井 和仁 環境省大臣官房廃棄物・リサイクル対策部企画課循環型社会推進室係長  
山崎 剛 環境省大臣官房廃棄物・リサイクル対策部企画課リサイクル推進室主査  
加藤 昂紀 環境省大臣官房廃棄物・リサイクル対策部企画課循環型社会推進室

<事務局（委託先）>

三菱UFJ リサーチ&コンサルティング株式会社 環境・エネルギー部

**平成26年度 使用済製品等のリユース促進事業研究会  
検討の経緯**

**【第15回 研究会（11月20日（木）10：00～12：00）】**

<議題>

- (1) 平成25年度事業の成果の取りまとめについて
- (2) 平成26年度の実施内容について
  - －1 市町村における使用済製品リユースモデル事業の概要
  - －2 モデル事業のフォローアップ調査・モデル事業の取りまとめ
  - －3 中古衣類を対象とした海外でのリユース実態調査
  - －4 インターネットオークション・宅配リユースに関する実態調査

**【第16回 研究会（2月23日（月）10：00～12：00）】**

<議題>

- (1) 市町村における使用済製品リユースモデル事業（中間報告）
- (2) モデル事業のフォローアップ調査・モデル事業の取りまとめ（中間報告）
  - －1 フォローアップ調査の結果報告（平成23～25年度実施地域）
  - －2 モデル事業の取りまとめイメージについて
- (3) 平成26年度のリユース実態調査の実施状況
  - －1 中古衣類を対象とした海外のリユース実態調査
  - －2 インターネットオークション・宅配リユースに関する実態調査
- (4) 平成27年度の事業の進め方について

**【第17回 研究会（3月31日（火）10：00～12：00）】**

<議題>

- (1) 市町村における使用済製品リユースモデル事業（成果報告）
- (2) 市町村における使用済製品リユースモデル事業の取りまとめ（案）について
- (3) 平成26年度のリユース実態調査の報告
- (4) 意見交換会・分科会での検討結果の報告
  - －1 リユース関連事業者との意見交換会について
  - －2 使用済製品等のリユース促進事業研究会 分科会の検討結果について

リユース業界を取り巻く環境関連法の法的環境整理に関する分科会  
分科会メンバー

<座 長>

三橋 規宏 千葉商科大学 名誉教授

<委 員>

阿部 鋼 阿部記念法律事務所 所長

岩城 吉英 大阪湾広域臨海環境整備センター 業務課 課長補佐

佐々木 創 中央大学経済学部 准教授

田崎 智宏 国立環境研究所 資源循環・廃棄物研究センター循環型社会システム研究室室長

手塚 一郎 清和大学法学部 講師

<事務局（環境省）>

谷貝 雄三 環境省大臣官房廃棄物・リサイクル対策部企画課リサイクル推進室 室長補佐

川崎 直也 環境省大臣官房廃棄物・リサイクル対策部企画課リサイクル推進室 室長補佐

伊藤 宏充 環境省大臣官房廃棄物・リサイクル対策部企画課循環型社会推進室 室長補佐

玉井 和仁 環境省大臣官房廃棄物・リサイクル対策部企画課循環型社会推進室 係長

山崎 剛 環境省大臣官房廃棄物・リサイクル対策部企画課リサイクル推進室 主査

加藤 昂紀 環境省大臣官房廃棄物・リサイクル対策部企画課循環型社会推進室

<事務局（委託先）>

三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社 環境・エネルギー部

リユース業界を取り巻く環境関連法の法的環境整理に関する分科会  
分科会検討の経緯

**【第1回 分科会（12月12日（金）10：00～12：00）】**

<議題>

- （1）本分科会の目的と概要について
- （2）リユース業界に関わる関係法令の整理(環境関連法以外)について
- （3）リユースに係る国際動向について
- （4）リユースを促進するための制度や政策設計について
- （5）リユース促進のための意見交換

**【第2回 分科会（3月6日（金）10：00～12：00）】**

<議題>

- （1）リユース業界に関わる関係法令の整理(環境関連法以外)について
- （2）リユースに係る国際動向について
- （3）リユースを促進するための制度や政策設計について（意見交換）

## 第 1 章 使用済製品等のリユースに関するモデル事業

市町村等とリユース事業者や市民団体・NPO 等とが連携し、リユースを促進するためのモデル事業を実施した。平成 26 年度のモデル事業は、都道府県・市町村からの事業内容提案型として募集し、地域の特性、状況や規模等を鑑みて検討した結果、東京都八王子市、神奈川県逗子市、愛知県武豊町の 2 市 1 町で実施、各地域のプランの概要は以下の通りである。

	東京都八王子市	神奈川県逗子市	愛知県武豊町
事業の名称	リユースショップと連携した「大学リユース市」事業	地域密着型リユース・ライフスタイルの普及促進事業	たけとよリユースステーション（仮称）
事業の概要	大学を卒業する学生が不要とする家具等を、行政の支援のもと、無償で新入生に提供するイベント「大学リユース市」を、中央大学、リユースショップ、関連自治体（多摩市・日野市）と連携のもと実施する。また、学生と共同で「リユースショップ紹介冊子」を作成し、大学や市のイベント等で配布する。	市内 3 ヶ所程度で住民間でのリユースを実施するイベント「エコ広場サテライト」を開催。地域通貨「Zen」を活用してリユース品の流通の活性化を図る。また、市民へのリユース・ライフスタイルの普及のため、パンフレット・パネル等に加え、シンポジウムを開催。また、リユースに関する情報交換の仕組みとして、Face Book を活用する。	家庭に眠る「自分では使用しないが、使用できるもの」を住民間でリユースする取組。住民から集めたリユース品を会場に展示、参加者が持ち帰るイベント「武豊リユースパーク」を開催する。平成 22 年より上記イベントを実施しているが、常設のリユース施設の開設を、町内事業者と連携しながら検討する。
リユース対象品目	家具類（収納ケース、机、テーブル、ソファ等）、家電製品、楽器、ゲーム機器、CD・DVD、自転車など	日用品・生活雑貨（食器、台所用品等）、書籍、子ども用品（おもちゃ等）、小型家電など	日用品・生活雑貨（食器、台所用品等）、書籍、子ども用品（おもちゃ等）、衣類・服飾品、CD・DVD など
役割分担	【行政】企画・開催、広報、残余品の処理 多摩市、日野市と連携。 【中央大学】企画・開催、広報・周知（SNS 等活用）、リユース品の提供・譲渡の窓口 【民間事業者】一部リユース品の買取	【行政】企画・開催支援、市民への広報協力 【市民団体】イベント企画・開催、市民への広報資料作成、残った製品の整理	【行政】企画・開催、広報、残余品の管理・処理 【ボランティア団体等】残った製品の有効活用 【民間事業者】常設リユース施設の運営
実施日	大学リユース市は 3 月下旬～4 月上旬に開催	エコ広場サテライトは 12～2 月に 3 ヶ所で各 2 回ずつ開催 シンポジウムを 1 月に開催	「武豊リユースパーク」を 10 月 26 日（日）に開催、常設リユースステーションは 12 月中開店を目指す

## I. 東京都八王子市

\* 八王子市のモデル事業は4月6日まで継続するものであり、3月31日時点での報告である。

### 1. リユースモデル事業の概要

#### 1.1 プランの概要

市民・事業者との協働によるリユース促進を目的として、平成25年度より実施している「大学リユース市(以下、リユース市)」を中央大学、リユースショップ、関連自治体(多摩市・日野市)と連携のもと実施した。

リユース市とは大学を卒業する学生が不要となった家具等を、行政の支援のもと、無償で新入生に提供するイベントであり、中央大学FLP環境プログラム・佐々木創ゼミ(以下、佐々木ゼミ)の学生が主体となり、中央大学の卒業生に向けてリユース品の提供を呼びかけるとともに、家具等の大型のリユース品については、八王子市が回収を行った。

回収したリユース品は、3月26日から4月6日にかけて、イベント「リユース市」にて新入生への提供を実施する。さらにリユース品の一部をリユースショップに売却し、最終的に余ったリユース品については、八王子市が処理を行う。

また、八王子市周辺のリユースショップを紹介し、市民にリユースショップの利用を促す「リユースショップ紹介冊子(以下、リユース冊子)」を佐々木ゼミの学生と共同で作成し、大学や市のイベント等で配布した。

#### (1) 対象品目

卒業生から引き取るリユース品は、衣類、書籍、ゲーム、CD・DVD、収納ケース、カラーボックス、扇風機、テレビ台、机、テーブル、椅子、ソファ、スタンドミラー、棚、楽器(ギター・ベース)、小型家電などとした。なお、扇風機、小型家電に関しては、製造年が5年以内のものとした。

引き取りにあたっては、学生が「回収物品点検表」(別紙1参照)をもとにチェックを行い、引き取りの可否を判断した。

#### (2) 取り組みの概要

リユース市開催に向けた事前準備等を含めたスケジュールは表1のとおりである。

事前準備では、主に卒業生を対象に広報活動を行い、収集と持ち込みにより、計145点のリユース品を集めた。リユース市は、3月26日～4月6日に開催し、新入生に無償でリユース品の引き渡しを行う。また、3月23日にはリユースショップに協力を依頼し、収集したリユース品について事前に査定を行った。

今後はこの査定結果とリユース市での引き取り状況を踏まえ、「リユースショップで売れるが引き取りがなかったもの」や「売れないが引き取りがあったもの」等の学生のニーズの差を分析し、リユース市のような取り組みをどのような形で活用していくべきかを検討していきたい。

リユース市の実施後は、残ったリユース品の処理を行うとともに、効果測定、来場者アンケートの集計等を行う予定である。

表 1. リユース市開催に向けたスケジュール

日時	取組内容
事前準備	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 広報活動（学園祭での出展、ちらしのポスティング、ウェブページ、ツイッターでの発信など）</li> <li>・ 関係者との調整などの事前準備</li> </ul>
12月～3月	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ リユース品の持ち込み品の受付を実施（計9回）</li> <li>※全学生を対象に実施</li> </ul>
1月～3月	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ リユース品の収集の実施（計8回）</li> <li>※中央大学学生寮（以下、C's）及び大学周辺の住まいが対象</li> </ul>
3月23日（月）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ リユース事業者による回収品の査定 （次年度以降の持続的な取り組みに向けてのデータ収集）</li> </ul>
3月26日（木） ～4月6日（月）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ リユース市の実施 （参加者にはアンケート調査を実施予定）</li> </ul>
効果測定・成果取りまとめ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 残ったリユース品の処理</li> <li>・ 効果測定、来場者アンケートの集計等</li> </ul>

### (3) 役割分担

事業の実施に当たって、八王子市と中央大学で協定書を作成し、表2のとおり役割分担を行った。なお、広報等については双方で積極的に実施していくこととした。

表 2. リユース市実施にあたっての役割分担

主体	内容
八王子市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 家具等の運搬についての支援。</li> <li>・ リユース市開催後の家具等の残余品についての処理を支援。</li> </ul>
中央大学	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 家具等の提供についての受付。</li> <li>・ 提供を受けた家具等の保管。</li> <li>・ リユース市を開催し、提供を受けた使用済家具等を新入生に引き渡す。</li> <li>・ 家具等のうち、売り払い可能なものの一部を、リユースショップに売却し、リユース市の運営資金に充当。</li> </ul>

## 1.2 広報・PR等の方法

チラシは計4,800枚作成し（別紙2参照）、学内での配布・掲示やC'sへのポスティング、リユース市運営ボランティアの募集などで活用した。また、10月31日、11月2日の第48回中央大学白門祭（以下、白門祭）では、リユース市を宣伝するためのブースを出展し、昨年の取り組みの紹介も行った。

加えて、ウェブページやツイッターでの情報発信も継続的に行った。

表 3. 作成したチラシの内容と枚数

配布時期	内容	枚数
学園祭 (10月31日、11月2日)	新入生への物品提供案内	300枚
	卒業生への物品引き取り案内	300枚
	ボランティア募集	300枚
第1回ポスティング	卒業生への物品引き取り案内	900枚
第2回ポスティング	卒業生への物品引き取り案内	1,000枚
リユース市	新入生への物品提供案内	2,000枚
合計		4,800枚

表 4. 広報・PR等の実施状況

時期	周知方法	内容	詳細
10月14日	プレスリリース	中央大学広報室	環境省モデル事業採択
10月15日	プレスリリース	八王子市	環境省モデル事業採択
10月17日	テレビ放送	J:COM(ケーブルテレビ)	環境省モデル事業採択
10月31日 11月2日	イベント	白門祭	<ul style="list-style-type: none"> <li>・チラシ配布</li> <li>・スライド上映</li> <li>・アンケート調査</li> <li>・ボランティア募集</li> </ul>
11月末	イベント	推薦合格者お部屋相談会	チラシ配布
12月1日	広報掲載	「広報はちおうじ」 平成26年12月1日号	
12月1日	HP掲載	ChuoOnline	
12月中旬 ～下旬	チラシポスティング (第1回)	対象：C's約900戸	卒業生への物品引き取り案内
12月22日	HP掲載	中央大学FLP	卒業生への物品引き取り案内
12月24日	HP掲載	中央大学経済学部	卒業生への物品引き取り案内
12月末	学内周知	昼休み、授業終了後の教室などでチラシ配布	
12月末	ポスター掲示	学内掲示板	
1月下旬～ 2月上旬	チラシポスティング (第2回)	対象：C's約900戸	卒業生への物品引き取り案内
1月下旬～ 2月上旬	ポスター掲示	C's及び大学周辺の飲食店等	卒業生への物品引き取り案内
2月7日	イベント	八王子市 消費生活フェスティバル	<ul style="list-style-type: none"> <li>・リユースショップ紹介冊子配布</li> <li>・アンケート調査</li> </ul>
3月	ポスター掲示	学内掲示板等	新入生への物品提供案内
3月16日	プレスリリース	八王子市	リユース市開催

## 2. モデル事業の利用状況・効果について

### 2.1 回収結果

回収したリユース品は計 145 点(32 件)で総重量は約 950 kgであった。また、仮に回収物品をすべて処分した場合、約 60,000 円の費用がかかる。

回収物品の内訳は図 1 のとおりで、「棚・引き出し等」が最も多く、「書籍」など対象品目の一部は提供されなかった。回収時に、リユース品提供者に実施したアンケートでは「物品をこの取り組みに提供しなかった場合の処理方法」として“廃棄する”が 66%と最も多く、粗大ごみの発生抑制に大きく寄与した。

また、今年度から回収範囲を多摩市・日野市にも広げ、日野市から 21 点(6 件)の回収を行った。

図 1. 回収物品の内訳 (N=145)

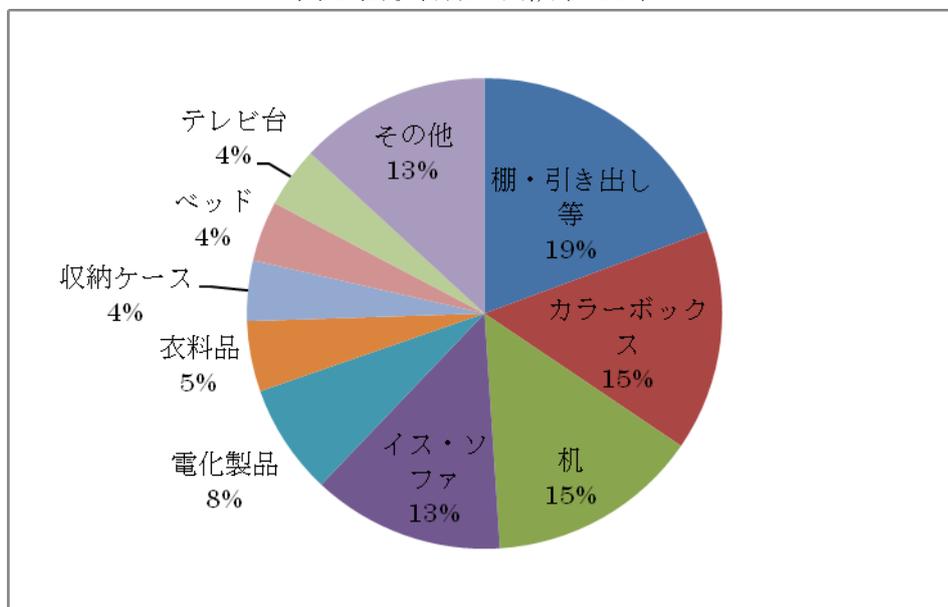
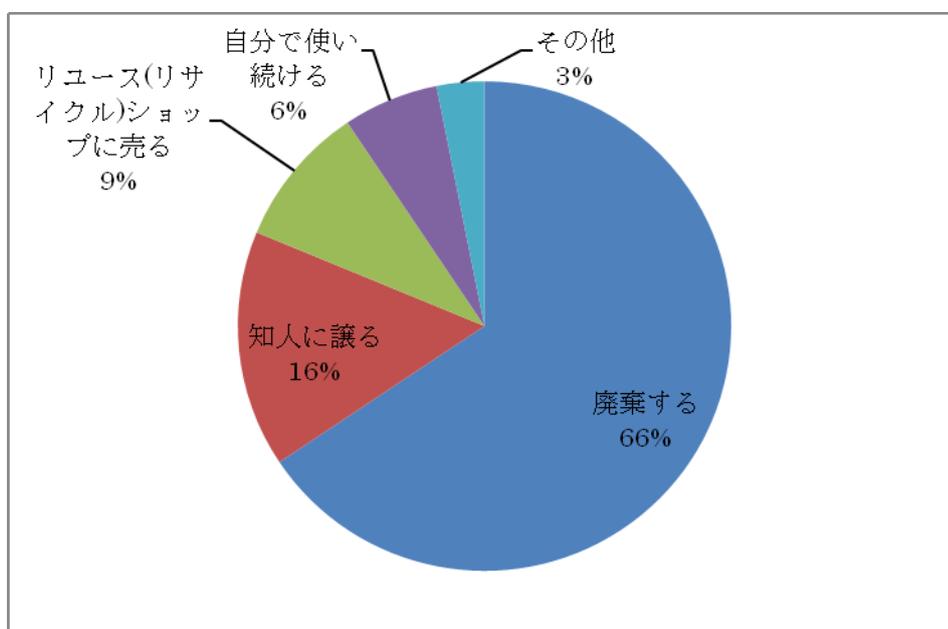


図 2. 物品をリユース市に提供しなかった場合の処理方法 (N=32)



## 2.2 査定結果

回収したリユース品の価値をはかるため、日本リユース業協会より紹介を受けた「株式会社トレジャー・ファクトリー」に依頼し査定を行った。

査定の結果、売り払った場合の合計金額は19,400円で、最高価格は本棚の1,500円であった。また、“取り扱いがない”や“状態不良”などの理由から引取不可の品物が6.9%(10点)あったが、回収時に厳密な点検を行ったこともあり、残りの93.1%(135点)については有価又は無償での引き取りが可能であった。

品物別にみると、平均引取単価が最も高いのは「棚・引き出し等」の257円であった。こちらは引取不可になるものも少なく、回収品の対象としては適していたと考えられる。

また、「テレビ台」と「衣料品」については、数は多くなかったもののすべてに値段がついた。

一方、「収納ケース」や「電化製品」は、平均引取単価も低く、新入生の引き取りがなかった場合、残余品として処分する可能性が高いため、今後も回収対象とするべきか検討が必要である。

表.5 リユース品査定結果(N=145)

合計金額	最高価格	引取不可能品(無償引取除く)
¥19,400	¥1,500(本棚)	10点

図3. 価格別回収品点数(N=145)

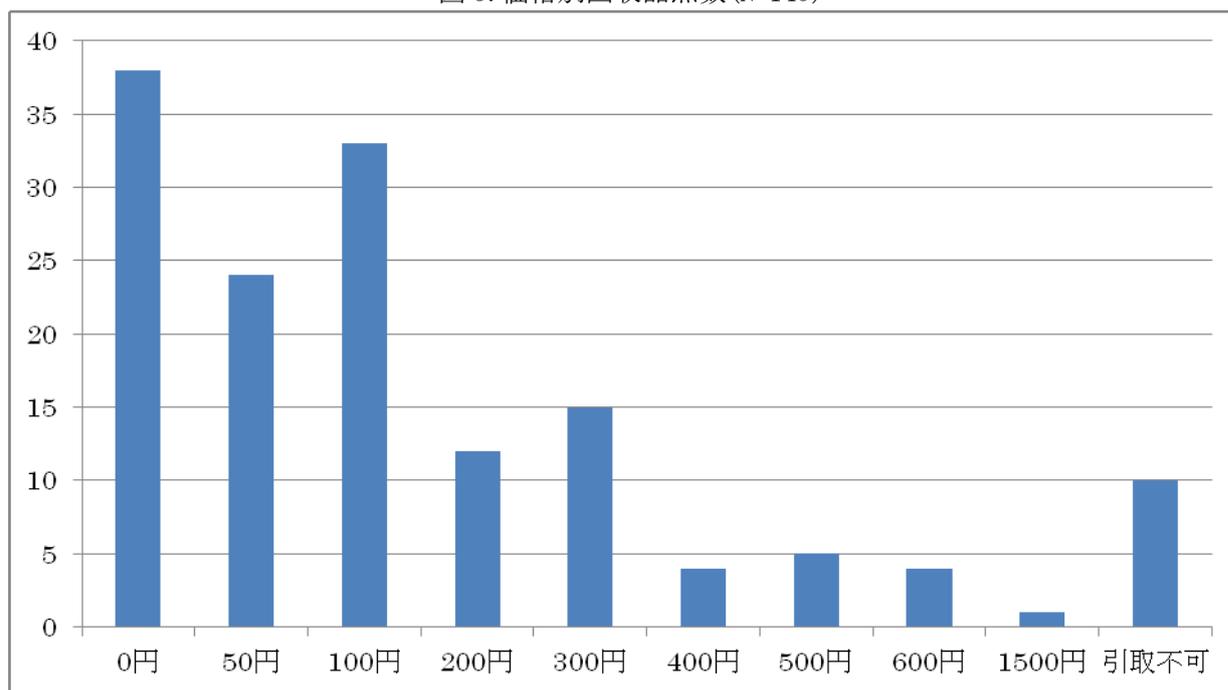


表 6. 品目別平均引取単価と引取不可率(無償引取含む) (N=145)

品目	平均引取単価(¥)	引取不可率(%)	点数
棚・引き出し等	257	17.86	28
机	233	33.33	21
ベッド	117	66.67	6
イス・ソファ	113	31.58	19
カラーボックス	80	31.82	22
テレビ台	75	0.00	6
衣料品	71	0.00	7
電化製品	45	54.55	11
収納ケース	33	66.67	6
その他	55	42.11	19

### 2.3 リユース市の内容 ※取り組み終了後報告

(分析内容)

- ・参加者数
- ・引き取られた品数
- ・リユース率(引き取られた品数/総数×100)
- ・引き取られた品数の重量(処理した場合の費用を計算する)
- ・査定結果との相関(引き取り状況)
- ・残余品処分費
- ・当日アンケート結果(今後扱ってほしい品物、今後取り組みを希望するか等)

## 2.4 リユース冊子について

リユース市の開催と並行して、八王子市周辺のリユースショップを紹介し、市民にリユースショップの利用を促すリユース冊子を佐々木創ゼミの学生と共同で作成した(10,000部)。

リユース冊子には、日本リユース業協会に紹介して頂いた会員企業 24 店舗を掲載し、あわせて地域のリユースショップ紹介のために別紙として「八王子市リユースショップ店舗一覧表」も作成した。(「八王子市エコショップ認定店<sup>1</sup>」から6店舗を掲載している。)

リユース冊子は、下記のとおりイベントでの啓発や市民課窓口等での転出入の対応時、市清掃工場への一般持込みの受付の際などに活用している。

また、アンケート結果からリユースショップの利用等について効果的に啓発を行うことができたと思われる。

表 7. リユース冊子活用状況

内容	部数
市施設窓口等	1,250
イベント	160
他大学への配布	2,000

図 4. 市内にリユースショップがあることを知っていたか？ (N=160)

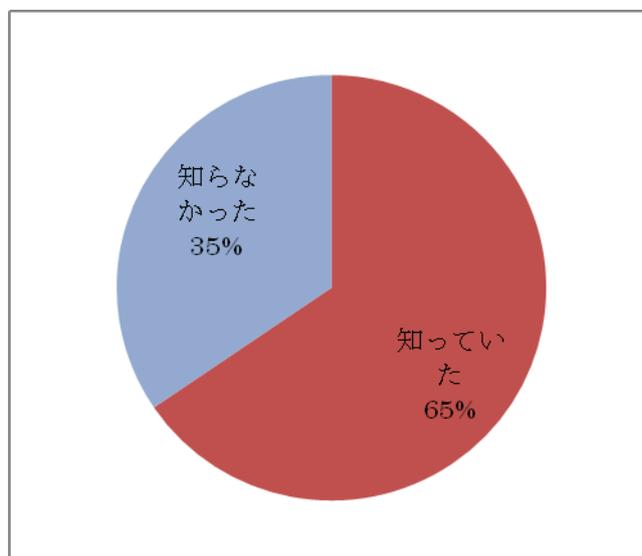
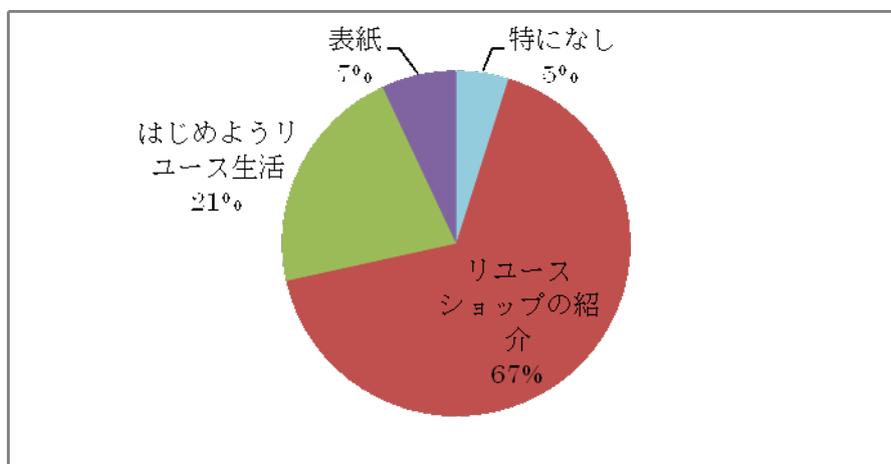


図 5. リユース冊子の中で一番役に立ったページはどれか？ (N=160)



<sup>1</sup> <http://www.city.hachioji.tokyo.jp/gomi/5797/5965/index.html>

### 3. モデル事業の事業採算性について

リユース市の開催に要した経費は概算で 154,304 円であった。

また、リユース市と並行して作成した冊子の作成費用は 478,440 円であった。

表 8. リユース市開催経費

支出合計	¥154,304		
広報宣伝費	¥28,016	リユース市広報チラシ	¥28,016
イベント運営費	¥126,288	イベント景品代(エコバッグ 200 枚、エコメモノート 300 冊)	¥80,568
		PR 用のぼり・立看板等製作費(のぼり旗 5 個、立看板 1 枚)	¥45,720
		配送費(配送委託、キャリーカート)	未定
歳入合計	未定		
リユース品売却益	未定		未定
配送手数料収入	未定		未定
募金	未定		未定

表 9. リユース冊子作成経費

支出合計	¥478,440	リユースショップ紹介冊子作成費(10,000 部)
------	----------	---------------------------

### 4. モデル事業の成果

#### 4.1 ごみの減量効果

- ・ごみとして廃棄される可能性の高かった物品をリユース品として回収し、再使用を促すことができた。

#### 4.2 市民への啓発

- ・学園都市である八王子市の課題であった学生に対するごみ減量・リサイクルの啓発について、リユース市を通じて多くの学生に実施することができた。
- ・リユース冊子を通じて、市民に対してリユースという概念を啓発するとともに、リユースショップの紹介による具体的なリユースの方法を案内することができた。

#### 4.3 協働の実現

- ・大学と協働し、学生が卒業に伴って不用になる家具等の再使用のしくみづくりを実施することができた。また、このような取り組みを継続していくために解決すべき課題を整理することができた。
- ・リユースショップと協働し、リユース品の査定やリユースショップの紹介などの連携を行うことができた。また、今後取り組みを実施していくための関係構築ができた。

## 5. 課題等

### 5.1 運営

#### (1) 収集

今回は行政の支援により収集を行ったが、学生が主体となって収集を行う場合、回収用の車両を用意する必要がある。しかし、大学によっては保険等の点から授業内での車両使用を制限している場合もあるため、今後は事前の受付や点検などを学生が行い、収集については民間事業者が行うなどの連携方法も検討していく必要がある。

#### (2) 配送

引き取り手である新入生に適切な費用負担を課すと、リユース品を無料で提供しても配送費用により、新品を購入した場合の価格と差がなくなってしまう場合がある。回収物品のリユースを促進するためには、配送費についても自前で車両を用意するか民間事業者と連携を図るなどして負担を減らす方法を検討しなくてはならない。

#### (3) 保管場所確保

今回は回収物品をイベント当日まで保管しておくために大学内の教室等3部屋を使用した。イベント開催場所までリユース品の大幅な移動が必要であった昨年度よりは改善されたものの、145品の品物を効率的に保管するには大学内で頻繁に移動を行う必要があった。移動にはマンパワーが必要なため、今後取り組みを続けるにあたっては開催場所と保管場所を兼ねることのできるような広いスペースが理想である。そのような場所を確保するためには、大学側に取り組みを理解してもらい、早期から保管場所を確保することが必要である。

### 5.2 組織

今回のリユース市は佐々木創ゼミの学生のうち2年生4名が主体となって実施した(昨年度は約11名)。実施当初からマンパワー不足が懸念されており、ボランティア募集なども行ったが人員確保には至らなかった。年度ごとに人員が流動的なゼミを主体とする場合、ボランティアの募集方法や運営の役割分担(企画と実行を分けるなど)を検討し、人員確保の方法を検討しなくてはならない。

### 5.3 費用

上記の収集や配送、また残余品の処分や広報等に係る費用をどのように捻出するかも検討しなくてはならない。

※リユース市終了後には、効率的な運営のために周知方法や回収対象とするべき品目などについても検討を行っていきたい。

## 6. 今後の取り組み方針

- ・上記の課題等を踏まえ、今後取り組みをどのような形で継続していくか大学側と調整を行っていく。
- ・今回の課題等を整理し、他大学や他の事業者との協働による実施も検討していきたい。
- ・市民に対しては引き続き、広くリユースの啓発を行っていく。

## 回収物品点検表

この商品は、平成\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日に、\_\_\_\_\_が点検いたしました。

製造事業者などによる自主回収品又は法律に基づく回収命令品でないか(リコール品ではないか)。

外観検査を行ったか。

- 変形(著しいキズ、破損等)がないか。
- 汚れがひどくないか。

正常作動検査を行ったか。

- 本来の正しい使い方通り、使用することができるか。

通電検査を行ったか。(電化製品のみ記入)

- 定格電圧をかけることで、当該製品が正常に作動するか。

表面のほこり、汚れをとるなどの適切な清掃をしたか。

電気用品に関して、PSE マークがついているか。



何年前に購入したか。 \_\_\_\_\_年

- 製造年から5年以内であるか。

新品であるか、リユース品であるか。( 新品 ・ リユース品 )

取り扱い説明書は添付されているか。 有・無

保証書は添付されているか。 有・無

全ての付属品を添付しているか。 有・無

不足品あり(不足品: \_\_\_\_\_)

中央大学 FLP 環境プログラム 佐々木創ゼミ

平成 25 年 11 月 13 日作成

**環境省**  
**不要になった家具、新入生に譲りませんか？**  
**完全無料**で引き取ります！

**環境省モデル事業**  
**八王子市とタイアップしています！**

**リユース市とは？**  
 「卒業生の不用品を新入生の必需品に」を合言葉に、1人暮らしをしている中大生が、まだ使えるけれど不要になった生活用品を中大生に引き渡すイベントです。  
 昨年はFLP環境プログラム佐々木ゼミが八王子市と連携し、3月下旬～4月上旬に開催し、42品目を引き渡しました。今年度は環境省モデル事業に採択され、さらに規模を拡大して実施します。

**2月18日(水)・28日(土)**  
**3月3日(火)・6日(金)・9日(月)・15日(日)・18日(水)・22日(日)**  
 に回収予定です。ご自宅まで引き取りに伺います。

**対象地域：**八王子市・日野市・多摩市内のC's、  
 八王子市内の東中野・堀之内・大塚地域。

**取り扱い物品：**棚、机・テーブル、テレビ台、収納ケース、CD・DVD、ゲーム、カラーボックス、楽器、スタンドミラー、イス・ソファ、衣類、小型家電（調理・暖房器具を除く）

※場合によっては扱えない物品がありますので、下記の連絡先に相談してください。

**《連絡先》**  
 QRコードでCHECK!→ 

詳細は「中央大学 リユース市」で検索  
<http://reuseproject-chuo.jimdo.com/>  
**Twitterアカウント：**  
 中央大学リユース市@chuo\_reuse1  
 ☆随時更新中！  
 ご気軽にフォローしてください☆  
**Mail：** chuo\_reuse1@yahoo.co.jp

**主催：**中央大学(実施主体:FLP環境プログラム佐々木ゼミ)、八王子市  
**協力：**環境省

**学生ボランティア募集!!**  
 詳しくは、左記メールアドレス又はTwitterにご相談ください！



**リユース市とは？**  
 昨年度からFLPの佐々木ゼミで開催をはじめ、今年は環境省のモデル事業に採択されました。八王子市、日野市、多摩市で一人暮らしをしている中大生がまだ使えるにもかかわらず不要になった生活用品を新入生と在校生に受け渡すイベントです。今年度は、3月の下旬から、4月上旬にかけて開催予定です。

**中央大学**  
 CHUO UNIVERSITY  
**八王子市**  
**環境省**

**不要になった生活用品**  
**私たちが引き取ります**

物品が持ち込み可能に

前回は、3月に物品をご自宅まで引き取りに伺っていましたが、それに加え物品の持ち込みの受付を行います。  
**日時：**12月と1月の登校日  
 毎週月曜日と木曜日の昼休み  
**場所：**6号館7号館間のベデ下(学生課、厚生課上の屋内)  
 衣類や書籍など手軽に持ち運びできるものを提供したいとお考えの方は、ぜひお気軽にお越しください！

**回収予定日**  
 回収希望の方のご自宅まで引き取りに伺います。ご希望の方は、下記のホームページにアクセスしてください。  
**回収予定日：**1月9日 16時から  
 2月上旬1回 下旬2回 3月複数回  
**主な対象地域：**八王子市・日野市・多摩市内のC's、  
 八王子市内の東中野・堀之内・大塚地域  
 \* 2月・3月の時間は未定です  
 またその他の日にち、地域はゼミ生にお尋ねください

**取扱い物品**  
 衣類、書籍、小型家電（調理器具、暖房器具を除く）、棚、机、収納ケース、カラーボックス、スタンドミラー、椅子など  
 \* 場合によっては扱えない物品がありますので、ゼミ生にご相談ください

詳しくは「中央大学 リユース市」で検索  
<http://reuseproject-chuo.jimdo.com/>  
**Twitter：** 中央大学リユース市 @chuo\_reuse1  
**Mail：** chuo\_reuse1@yahoo.co.jp  
 QRコードでCHECK!→   
**八王子市連絡先：** 八王子市 資源循環部 ごみ総合相談センター  
**TEL：** 042-696-5353 (直通)

主催：中央大学(実施主体:FLP環境プログラム佐々木ゼミ)・八王子市 協力：環境省



←昨年度の様子

## II. 神奈川県逗子市

### 1. 実施するリユースモデル事業の概要

#### 1.1 プランの概要

市役所1階市民ホールで開設している不用品交換スペース「エコ広場」をモデルとして、市内3地域において出張エコ広場をサテライト会場としてイベント的に開設し、今後の常設または定期的な開催の可能性を検討する。

また、リユースシンポジウム「捨てる！技術、自分らしい生き方」を開催するとともに、市内のリユースショップ等を紹介したパンフレットを作成・配布し、市民に対するリユースの普及啓発を行う。

この事業の推進により、市民団体やリユース業者との連携を図ることにより、市民のリユース気運を高める。

#### (1) 対象品目

図表1は出張エコ広場の対象品と除外品である。

図表1 出張エコ広場の対象品と除外品

分類	対象品
対象品	陶器・ガラス器、台所道具、日用雑貨、人形・おもちゃ、洋服・靴（洗濯済の新しいもの）、服飾品・バッグ、小型家電（30cmくらいまで）、書籍・絵本、CD・DVD
除外品	スキー・ゴルフ用品、家具、大型家電、食品、カビ・汚れ・壊れのあるもの

#### (2) 取組の概要

出張エコ広場は、12月12日（金）、13日（土）に市の体験学習施設「スマイル」、1月23日（金）、24日（土）に西友逗子ハイランド店前、2月20日（金）、21日（土）に久木会館の市内3地域において実施する。

各会場で不用品の持ち込みと持ち帰りによる無料交換を2日間実施し、持ち込みをした参加者に対しては逗子の地域通貨「Zen（ぜん）」と交換できるエコポイント1ポイントを発行する。

（10ポイントで1Zen（100円相当）と交換可能）展示する不用品は当日受付のほか、市役所のエコ広場へ提供された不用品の一部を展示する。

イベント当日の持ち込み量及び持ち帰り量は、会場内に設置した受付で品目ごとに計量し、ごみの削減量を計測する。また、来場者にアンケートへの協力を依頼して、イベントに対する感想や今後の利用について把握する。

イベント後に余った不用品については、市役所1階市民ホールにて開設しているエコ広場に持ち帰り、展示を行う。

### (3) 役割分担

逗子市はイベント全体の進捗・実行管理と、地域の自治会・町内会への広報活動に対するバックアップを行う。市民団体である「逗子ゼロ・ウェイストの会」はチラシを作成し、広報活動を担う。また、イベント当日の運営作業を行うとともに、地域毎のイベントをサポートする地元ボランティアの募集・教育に努める。

## 1.2 広報・PRの方法

「広報ずし」での案内のほか、会場ごとの開催周知チラシを作成し、市内広報板への掲示及び自治会・町内会での掲示板への掲示・回覧、会場周辺の地域へ戸別ポスティングを実施する。シンポジウムのチラシ・リユースパンフレットは、「広報ずし」とともに全戸配布する。その他の媒体としてタウンニュースを活用する。

また、リユースモデル事業のキャッチフレーズとして、「いいね！リユース」を共通ロゴとして出張エコ広場やシンポジウムなどのイベントチラシだけでなく、宣伝用のノボリにも使用し、イベント会場で「リユース」への関心を高める。

図表 1 「いいね！リユース」ののぼり旗



## 2. モデル事業の利用状況・効果について

### 2.1 出張エコ広場の開催

#### (1) 来場者数、持ち込み・持ち帰り量の実績

来場者数、持ち込み及び持ち帰りの件数・重量の実績を以下に記す。

来場者の属性は、第1回の体験学習施設「スマイル」では子育て世代が、第2回のスーパーマーケット「西友逗子ハイランド店」に隣接するスペースでは主婦層等が、第3回の地域活動センター「久木会館」では高齢者等周辺の住民の参加が多かった。

開催案内チラシを作成し、開催する地域での回覧や自治会等の掲示板への掲示、ボランティアによる各戸配布を行った。さらに、第3回（久木会館）開催では久木小学校の生徒へ配布した。イベント終了後に余った品物については、大部分を市役所のエコ広場で展示し、一部を市内のリユースショップへ持ち込んだ。

図表 2 出張エコ広場の利用状況実績

	来場者数	持ち込み		持ち帰り	
		件数	重量(kg)	件数	重量(kg)
第1回	437	83	175	189	108
第2回	593	144	364	111	155
第3回	188	99	273	185	170



第1回出張エコ広場 体験学習施設 スマイルの様子



第2回出張エコ広場 西友逗子ハイランド店前の様子



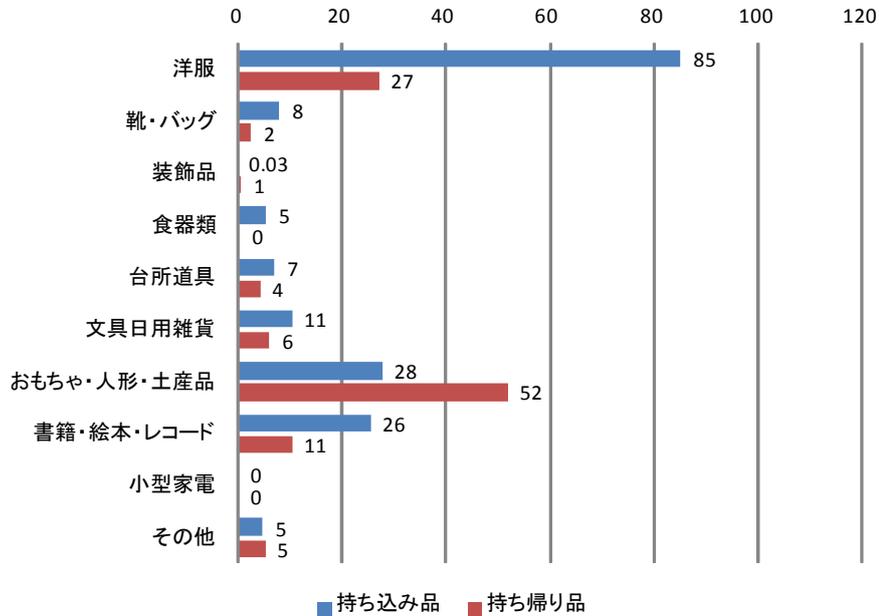
第3回出張エコ広場 久木会館の様子

## (2) 持ち込み品・持ち帰り品の傾向

図表4・5・6は、出張エコ広場での持ち込み、持ち帰り量の実績である。出張エコ広場の開催場所によって参加者の属性に違いがあり、持ち込み、持ち帰りされる資源物の種類にも違いが表れた結果となった。

第1回は子連れの参加者が多かったため、洋服、おもちゃ・人形等の持ち込み、持ち帰り量が多かった。

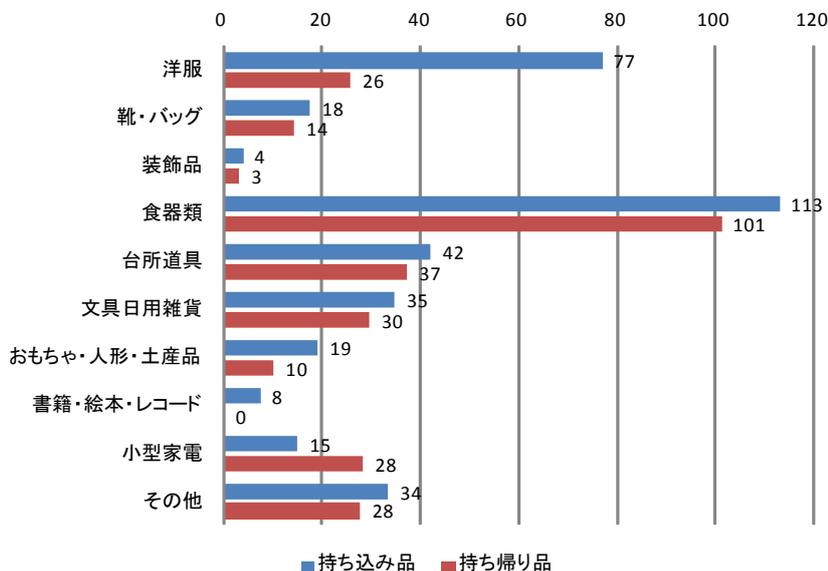
図表 3 出張エコ広場第1回の持ち込み・持ち帰りの量(kg)



\* 「おもちゃ・人形・土産品」の持ち帰り量が持ち込み量を大きく上回っている理由は、第1回会場では子連れの参加者が予想されたことから市役所のエコ広場から子ども向けのおもちゃを持ち込んで展示したためである。

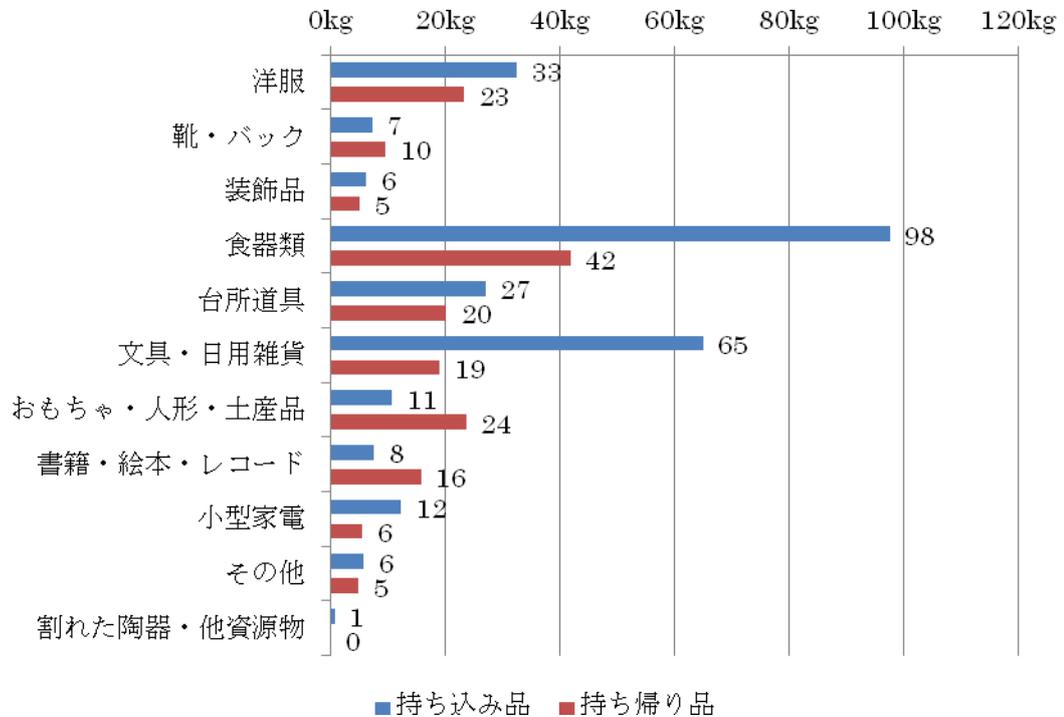
第2回は、スーパーマーケットに隣接していたため、主婦層等買い物客の参加が多く、洋服、食器、台所道具、日用雑貨の持ち込み、持ち帰り量が多かった。また、一日目に来店して開催を知り二日目の持ち込みに至ったケースが多く見られた。

図表 4 出張エコ広場第2回の持ち込み・持ち帰りの量(kg)



第3回は、地域活動センター「久木会館」での開催であったため、来場者は他に比べて少なかったが、自治会での回覧などの周知が行き渡り「持ち込み」「持ち帰り」の量はともに多かった。食器類や台所道具・洋服の持ち込みが多く、食器類の持ち帰りが多かった。文具・日用雑貨の持ち込みもかなりの数量に上っている

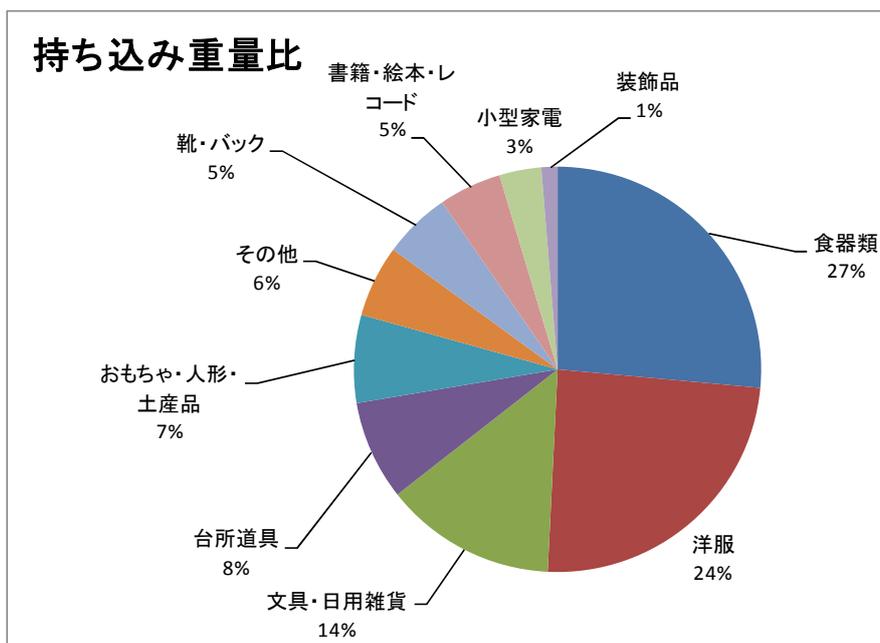
図表5出張エコ広場第3回の持ち込み・持ち帰りの量(kg)



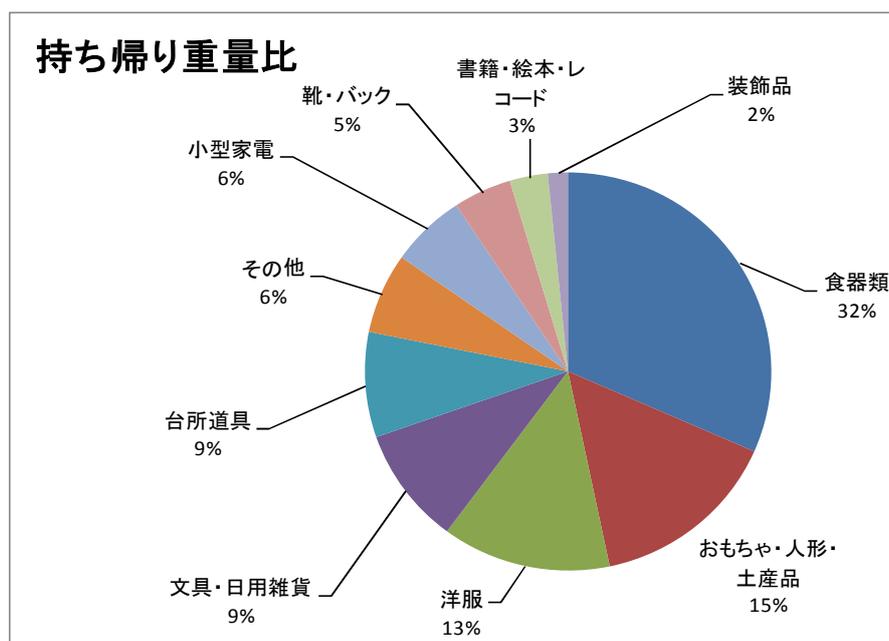
トータルの重量比として、持ち込み・持ち帰りの最も多いのは食器類であった。

逗子は、高齢者家庭が多く、家族人数の減少などにより使用されなくなった食器類や台所用具陶器などの持ち込みが多く見られるが、持ち帰りもまた一番多かった。若い世代へのリユースの道筋ができたと思われる。洋服類の持ち帰りは、持ち込みの比率よりかなり低い。デザインの古いものがリユースされにくいことが分かる。おもちゃ・土産品などについては、持ち帰りが多く、リユースされる傾向が見られた。

図表6出張エコ広場3会場の持ち込み品目の合計量比率(%)



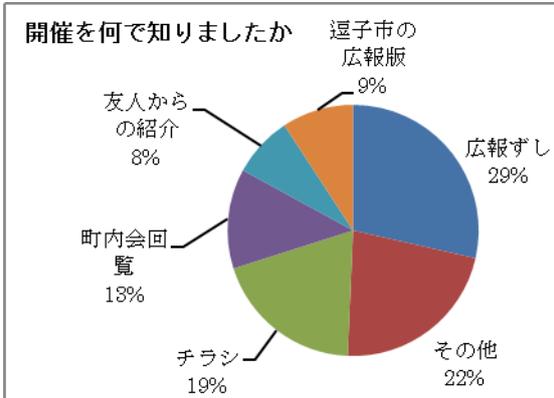
図表7 出張エコ広場3会場の持ち帰り品目の合計量比率(%)



(3) 参加者アンケート結果（回答者数 259名）

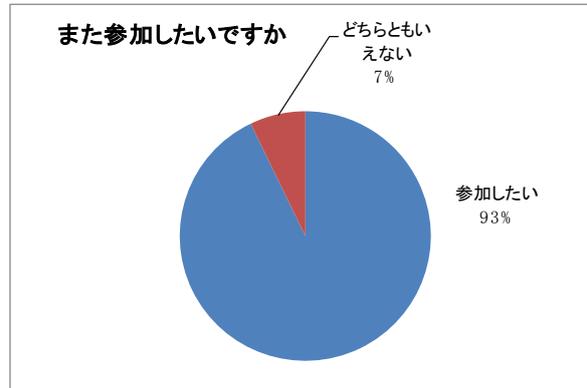
出張広場（3会場）についての来場者アンケートの結果整理を以下に整理する。

1) 開催を何で知りましたか？



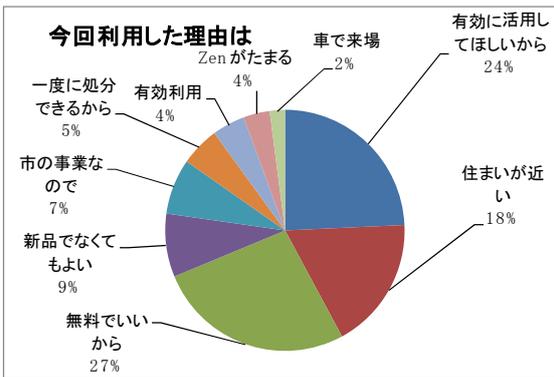
\* きめ細かな広報手段に反応している。

2) また参加したいですか？



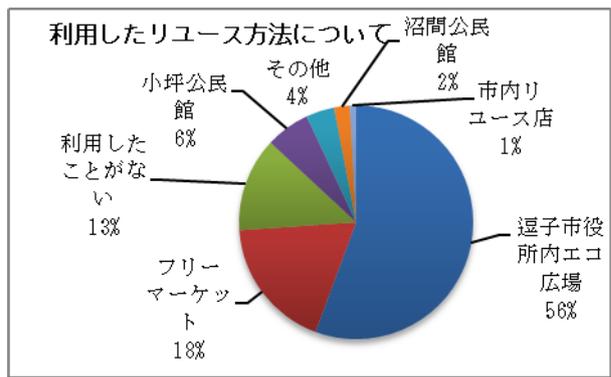
\* 大いに好感を得ている。

3) 今回利用した理由は何ですか？



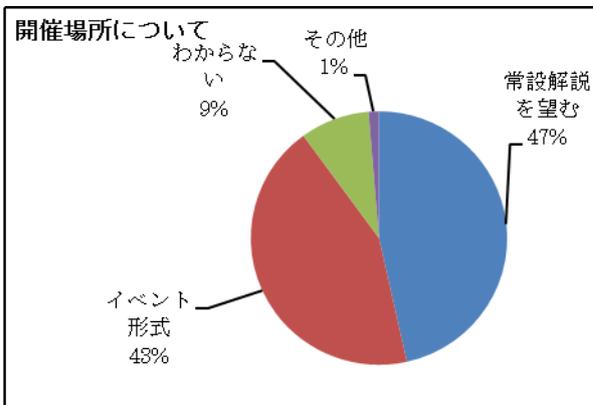
\* 住まいが近い。「出張」の効果が見られる。

4) リユースはどこを利用していますか？



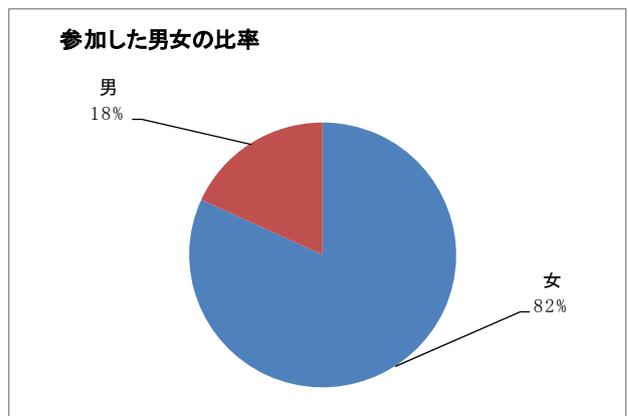
\* 利用をしたことがないに注目したい。

5) 「エコ広場ずし」常設開催について



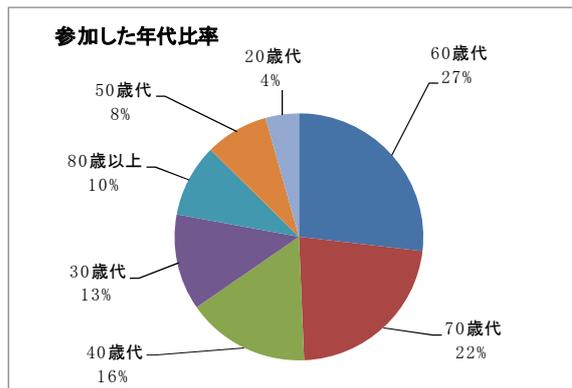
\* 何らかの方式での開催が望まれている

6) 参加者の男女の比率



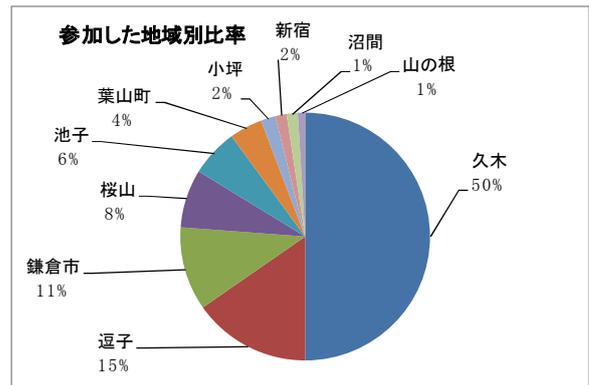
\* 男性の参加も多い。

7) 参加者の年代比率



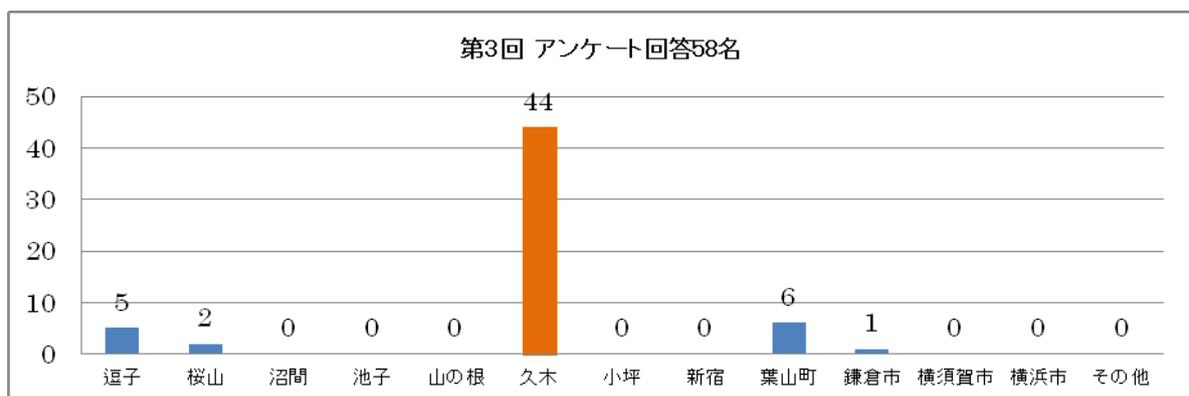
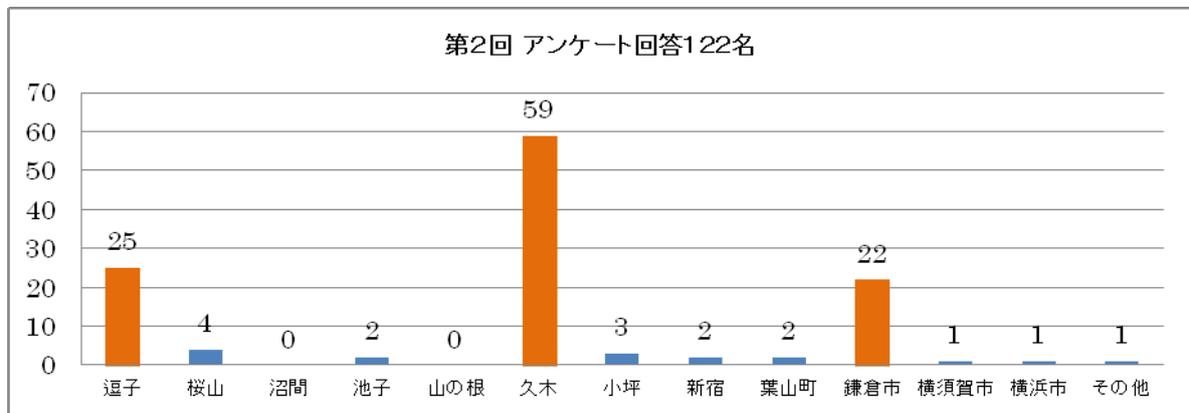
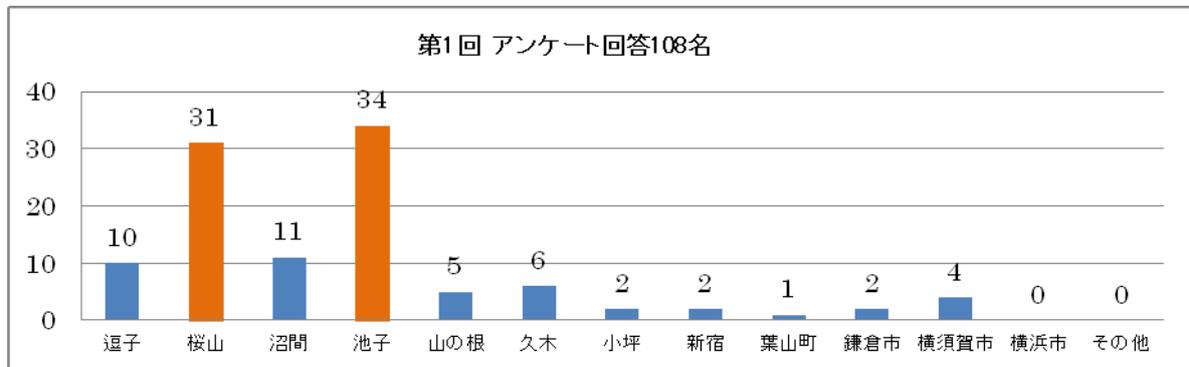
\*半数以上が50歳以上。

8) 参加者の住居地域別人数 (全体)



\*久木の参加者が多いのは、久木地域で2回開催されたことによる。

9) 参加者の住居地域別人数 (開催地別)



#### 自由記述の意見・要望など

- ・ とてもいい取り組みだと思うので続けてほしい。出張はとてもうれしい。近場で気軽に来られる。
- ・ 住居の近くが良い、足が悪いので出張エコ広場は大助かり。
- ・ 古いものを有効に使い合えるのが良いと思う
- ・ 子ども服など、孫の物は助かっている
- ・ 市役所だけでなく、いろいろな場所で開催されると嬉しい。
- ・ 大きい物・重い物を市役所まで持って行くのが大変。地域で開催してほしい。
- ・ 子供が学校から案内を貰って知った
- ・ 運営される方は大変だと思うが、ぜひ定期的で開催してほしい。

形を変えずにそのまま再利用するのが「リユース」。やあ、あなたも「リユース」生活をしましょう！

# リユース

小さいお子さん向けのおもちゃや服、お母さん向けのおしゃれな服も無料。みんなで広げようリユース！

出張  
エコ広場  
@スマイル

12/12 金 12/13 土

10:00-16:00

第一運動公園内池子ほっとスペース付近道広場  
体験学習施設スマイル



市役所内で好評のエコ広場「もったいない市」がスマイルに来ます。

エコ広場『もったいない市』は、逗子市のゴミ問題解決のため、特に最終処分場の延命のために始まったリユースの取り組みです。今年3月までの1年間で、市役所開設コーナーと出張合わせて延べ4万人以上が来場し、42トンの不用品がリユース・リサイクルとして活用されました。



環境省 リユースモデル事業

主催：逗子市(資源循環課 046-873-1111)  
逗子ゼロ・ウェイストの会(松本 090-6488-0708)



いいね!

エコ広場ずし 検索

## エコ広場 もったいない市

使えぬものを捨てないで、必要な人のもとへ

ご家庭の『まだ使えるもの』をお持ちいただき、欲しい人が『無料で自由に』持ち帰る市です。

受付可能なもの				受付不可能なもの	
 陶器・ガラス器	 鍋など台所道具	 日用雑貨	 土産・人形・おもちゃ	 スキー・ゴルフ用品	 家具
 洋服・靴 <small>靴は上履きのみ可</small>	 アクセサリー	 小型家電 <small>200W未満のみ</small>	 書籍・絵本	 大型家電	 食品

持ってきていただくものは、  
**自分で使えるようなもの。**  
かび、汚れ、壊れのないもの。

**ポイントが付きます!**  
持ってきていただいた方にはエコポイントを差し上げます。10エコポイントで1Zenと交換できます。各公民館もエコポイントカードは共通です。

### 資源回収コーナーもあります。

割れた陶器、ガラス器、使えない家庭金属、割り箸、アルミ付き牛乳パックを回収します。お持ちください!  
逗子市役所1階市民ホールに開設(平日10:00~16:00、市役所開庁時)している他、出張もしています。

### 出張『エコ広場』スケジュール

	<p><b>沼間公民館</b> 12/5(金)・12/6(土) 1/9(金)・1/10(土) 10:00~16:00 <small>原則第1会場・土曜</small></p>
	<p><b>小坪公民館</b> 12/19(金)・12/20(土) 1/30(金)・1/31(土) 10:00~16:00 <small>原則最終会場・土曜</small></p>

西友逗子ハイランド店前 NEW  
2015年1/23(金)1/24(土)10:00~16:00

### いいね!リユースシンポジウム

2015年1月18日(日)9:30~11:30  
『スッキリ暮らす! 素敵な生き方』

#### 辰巳渚さん 講演会

家事塾 主宰、2000年刊行した「捨てるリ技術」で消費社会の象徴である「物」に対する新しい哲学を提唱し、同書は130万部のベストセラーになる。



会場：逗子文化プラザさざなみホール  
\*詳細は広報ずし1月号と一緒に折り込まれるチラシをご覧ください。

形を変えずにそのまま再利用するのが「リユース」。やま、あなたも「リユース」生活をしましょう！

# リユース

2015年10月より燃やすごみ・不燃ごみが有料になります。ご家庭で不要なものを、必要な人に使ってもらうエコ広場『もったいない市』をご利用ください。

出張

## エコ広場 @SEIYU

### 1/23 金 1/24 土

10:00-16:00  
西友逗子ハイランド店前



市役所内で好評のエコ広場『もったいない市』がハイランドに来ます。

エコ広場『もったいない市』は、逗子市のゴミ問題解決のため、特に最終処分場の延命のために始まったリユースの取り組みです。今年3月までの1年間で、市役所開設コーナーと出張版と合わせて延べ4万人以上が来場し、42トンの不用品がリユース・リサイクルとして活用されました。



環境省リユースモデル事業

主催：逗子市（資源循環課 046-873-1111）  
逗子ゼロ・ウェイストの会（松本 090-6488-0708）

エコ広場ずし 検索

## エコ広場 もったいない市

使えるものを捨てないで、必要な人のもとへ

ご家庭の『まだ使えるもの』をお持ちいただき、欲しい人が『無料で自由に』持ち帰る市です。

### 受付可能なもの

 陶器・ガラス器	 鍋など台所道具	 日用雑貨	 土産・人形・おもちゃ
 洋服・靴 <small>靴はシューズのみ</small>	 服飾品・バッグ	 小型家電 <small>電子レンジ、CD、DVD</small>	 書籍・絵本

### 受付不可能なもの

 スキー・ゴルフ用品	 家具
 大型家電	 食品

持ってきていただくものは、**自分で使えるようなもの。かび、汚れ、壊れのないもの。**

ポイントがつきます！

持ってきていただいた方にはエコポイントを差し上げます。10エコポイントで1Zenと交換できます。エコポイントカードは共通です。

資源回収コーナーもあります。

割れた陶器、ガラス器、使えない家庭金物、割り箸、アルミ付き牛乳パックを回収します。お持ちください！

逗子市役所1階市民ホールに開設（平日10:00～16:00、市役所開庁時）している他、出張開催もしています。

### ひな人形・五月人形 リユースフェア

1/28(水)～1/30(金) 10:00～16:00



ひな人形、五月人形を必要な方に譲ります。期間中に持ち込み飾っていただきます。

持参できない方は、写真可。

会場：逗子市役所1階市民ホール  
申し込み・お問い合わせ：  
逗子ゼロ・ウェイストの会（松本 090-6488-0708）

### いいね！リユースシンポジウム

2015年1月18日(日) 9:30～11:30

## 『スッキリ暮らす！素敵な生き方』

### 辰巳渚さん 講演会

家事塾主宰。2000年刊行した『捨てるリ技術』で消費社会の象徴である『物』に対する新しい哲学を提唱し、同書は130万部のベストセラーになる。

会場：逗子文化プラザさざなみホール

\*詳細は広報ずし1月号と一緒に折り込まれるチラシをご覧ください。



形を変えずにそのまま再利用するのが「リユース」。yeah、あなたも「リユース」生活をしましょう！

# リユース

いいね！

エコ広場ずし 検索

10月より燃やすごみ・不燃ごみが有料になります。ご家庭で不要なものを、必要な人に使ってもらうエコ広場『もったいない市』。シニアの方もお子さまも、ぜひご家族でおでかけください。

**出張**

## エコ広場 @久木会館

### 2/20(金) 2/21(土)

10:00-16:00  
久木会館内オープンスペース



市役所内で好評のエコ広場もったいない市が久木会館に来ます。

エコ広場『もったいない市』は、逗子市のゴミ問題解決のため、特に最終処分場の延命のために始まったリユースの取り組みです。昨年3月までの1年間で、市役所開設コーナーと出張版と合わせて延べ4万人以上が来場し、42トンの不用品がリユース・リサイクルとして活用されました。

環境省 リユースモデル事業  
主催：逗子市（資源循環課 046-873-1111）  
逗子ゼロ・ウェイストの会（松本 090-6488-0708）

## エコ広場 もったいない市

使えるものを捨てないで、必要な人のもとへ

ご家庭の『まだ使えるもの』をお持ちいただき、欲しい人が『無料で自由に』持ち帰る市です。

受付可能なもの				受付不可能なもの	
陶器 ガラス器	台所道具	日用雑貨	人形・おもちゃ	スキー・ゴルフ用品	家具
洋服・靴 洗濯済みの新しいもの	服飾品 バッグ	小型家電 30cmぐらいまで	書籍・絵本 CD・DVD	大型家電	食品

持ってきていただくものは、**自分で使えるようなもの。かび、汚れ、壊れのないもの。**

**ポイントが付きます！**  
持ってきていただいた方にはエコポイントを差し上げます。10エコポイントで1Zenと交換できます。エコポイントカードは共通です。

**資源回収コーナーもあります。**  
割れた陶器、ガラス器、使えない家庭金物、割り箸、アルミ付き牛乳パックを回収します。お持ちください！

逗子市役所1階市民ホールに開設（平日10:00～16:00、市役所開庁時）している他、出張開催もしています。

### 第3回 「エコ広場ずし」まつり

3/21(土祝) 10:00-16:00

逗子市役所1階ホール

**拡大もったいない市**

生ごみ処理容器 展示・相談

ダンボールコンポスト

バクテリア de キーロ

楽しいエコワークショップ  
古布を使った小物作りや新聞やカレンダーからエコバッグ作りなど

修理・修繕コーナー  
小型家電修繕相談、包丁研ぎ、おもちゃ、傘直しなど。直したいもの持参ください。

生ごみや草木堆肥を使って育てた野菜コーナー

**キモノリユースフェア**  
亀岡八幡宮社務所 10:00～13:00  
素材として使う方歓迎

**エコ講座**  
開催時間は午後となります。講師未定・参加無料

感謝を入れてミックスペーパーをご持参いただくと、再生トイレットペーパーをプレゼント！

お問い合わせ：逗子ゼロ・ウェイストの会（松本 090-6488-0708）※MAIL: ryo@zoi-city.jp

## 2.2 リユースシンポジウムの開催

### (1) 開催結果

1月18日（日）に逗子市文化プラザさざなみホールでリユースシンポジウム「捨てる！技術、自分らしい生き方」を開催し、約130名が参加した。

平井竜一逗子市長の挨拶の後、第1部では、「いいね！リユース 逗子のまちから」と題して、逗子市内のリユース事情が紹介された。続いて第2部では、辰巳 渚氏から「スッキリ暮らす！素敵な生き方」と題し、大量消費社会における「もの」との上手な付き合い方と、生活にリユースを取り入れる「コツ」についての講演と質疑応答があった。第3部では、市長・辰巳氏・報告者及び聴衆を交えた意見交換が活発に行われ「逗子のリユースショップについて知る事ができた」「今後エコ広場を使ってみたい」等の意見が述べられた。また、リユースパンフレットに掲載されたリユース店（2店）やリユース関連団体（日本リユース機構）の参加、発言もあり、最後に満員の来場者全員により「いいね！リユース」の宣言が力強く行われ、逗子市におけるリユースの機運が高まった。

会場には、逗子市内で営業しているリユース業者の紹介パネルなどの展示コーナーを設け、来場した市民へのアピール効果があった。

図表 9 逗子リユースシンポジウムのプログラム

	内容
第1部	<b>モデル事業報告「いいね！リユース 逗子のまちから」</b> ・リユースマップ作成のインタビューから見てきたこと 進藤和子（リユースマップ編集チーム） ・ママはリユース上手 村上朝鼓（はっばの広場） ・エコ広場ずしから「地域」エコ広場へ 松本真知子（逗子ゼロ・ウェイストの会）
第2部	<b>講演「スッキリ暮らす！素敵な生き方」</b> 講師：辰巳渚氏（生活哲學家 家事塾主宰 『捨てる！』技術 著者）
第3部	<b>意見交換「いいね！リユース 逗子から始めよう新しい風」</b>



基調講演



パネルディスカッション



最後は「いいねリユース！」を宣言

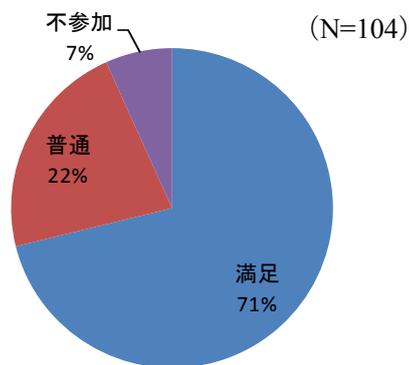


市内のリユース業者等の紹介パネル

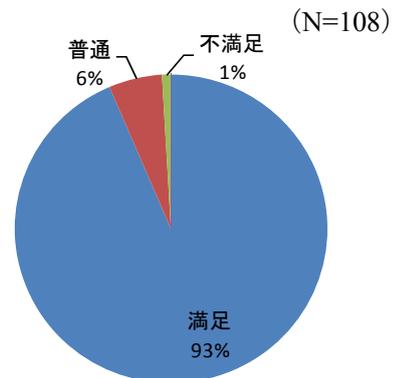
## (2) シンポジウムのアンケートについて

参加者 130 名のうち、111 名からアンケートの回答を得た。シンポジウム・講演会に対する反応は、暮らしに役立ったとの回答数が圧倒的に多く、満足度の高さがうかがわれた。比較的高い年代層の参加が多かったが、30代～50代の参加もあり、幅広い年齢層からの関心が寄せられた。

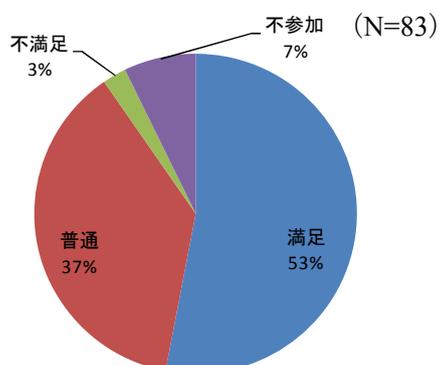
### 1) 第1部 モデル事業報告について



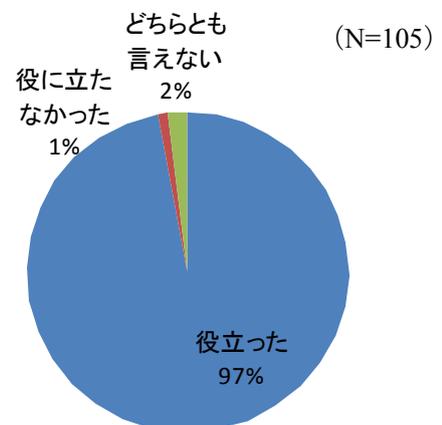
### 2) 第2部 辰巳渚氏の講演について



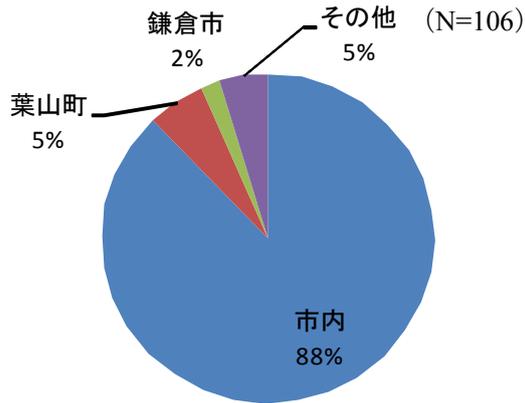
### 3) 第3部 意見交換について



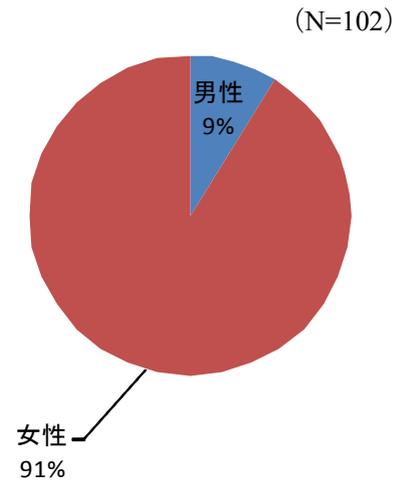
### 4) 暮らしに役立ちましたか？



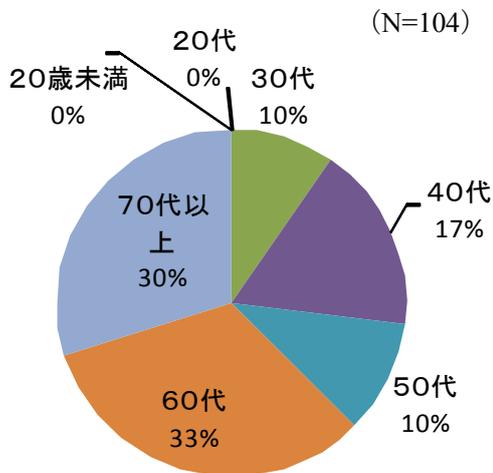
5) 参加者の住居地域



6) 参加者の男女の比率



7) 参加者の年代の比率



感想・意見などが多数寄せられ（78名）、関心の高さや満足度がうかがわれる。以下、抜粋。

- ◇ 市民の関心の高さに驚いた。行政・市民が一体となって取り組んでいくことが大切
- ◇ 始めにチラシを見た時から是非聴講したいと思っていた。早速今日から始めようと思う。
- ◇ 小型家電の回収ボックスがあることを知った。
- ◇ 逗子でのリユース店の紹介・ママの立場でのリユース・逗子市内での取り組みについて知る事が出来よかった。
- ◇ 今後、モノとの付き合いを見直すとても良い機会となった。
- ◇ 遺品整理の事で参考になった。再度開催して欲しい。
- ◇ 小中学生へも分かりやすい方法で教育してほしい。
- ◇ リユースのパンフレットが役にたった。
- ◇ 辰巳さんのお話は、期待通りで、いろいろ考えさせられた。
- ◇ エコ広場をもっと活用してみたいと思った。

いいね!リユースシンポジウム

「捨てる!」技術、  
自分らしい生き方

1/18 日曜日  
9:30-11:30  
開場 9:15

会場: 逗子文化プラザさざなみホール

参加無料 定員: 先着100名

※お申し込み不要 遠路会場にお出でください。  
※申込受付・受付終了時刻は1ヶ月前までに資源循環課へ申し込んでください。

「捨てればゴミ、分別すれば資源」とはよく言われることですね。  
ではリユース(再使用)とは何でしょう、いろいろな方法を語り合い「自分らしい生き方」に活かしませんか。



辰巳 渚さん(生活哲學家)  
家事塾主宰、2000年刊行した「捨てる!技術」(宝島社新書)で消費社会の象徴である「物」に対する新しい哲学を提唱し、同書は130万部のベストセラーになる。

Part 1 報告

「いいね!リユース  
逗子のまちから」

- ①インタビューから見てきたこと  
星野和子(リユースマップ編集チーム)
- ②ママはリユース上手  
桑原泰恵(ロコママネットワークス)
- ③エコ広場ずしから「地域」エコ広場へ  
松本真知子(逗子ゼロ・ウェイストの会代表)

Part 2 辰巳渚さん講演

「スッキリ暮らす! 素敵な生き方」



環境省リユースモデル事業

主催: 逗子市  
(資源循環課 046-873-1111)  
逗子ゼロ・ウェイストの会  
(松本 090-6488-0708)

WASTE エコ広場ずし 検索

Part 3 意見交換

「いいね!リユース  
逗子から始めよう新しい風」

\*市内リユース業者等のブース・PRもあります。

リユース  
いいね!

エコ広場「もったいない市」

使えるものを捨てないで、必要なものもとへ

「もったいない市」はご家庭の「まだ使えるもの」をお持ちいただき、欲しい人が「無料で自由に」持ち帰る市です。



エコ広場「もったいない市」は、逗子市のゴミ問題解決のため、特に最終処分場の延命のために始まったリユースの取り組みです。2014年3月までの1年間で、市役所開設コーナーと出張版と合わせて延べ4万人以上が来場し、42トンの不用品がリユース/リサイクルとして活用されました。



ひな人形・五月人形  
リユースフェア  
1/28(水)~1/30(金) 10:00~16:00

ひな人形・五月人形を必要の方に譲ります。期間中に持ち込み飾っていただきます。

持参できない方は、写真展示も可能。引き取り手が無かった場合はお持ち帰りします。

会場: 逗子市役所1階市民ホール  
申し込み・お問い合わせ:  
逗子ゼロ・ウェイストの会(松本 090-6488-0708)

「もったいない市」ご利用の際のルール

受付可能なもの				受付不可なもの	
カミソリ	お掃除機	日用品類	人形・おもちゃ	スプレー用品	家具
洋服・靴	掃除機	小型家電	書籍・絵本	大型家電	食品
お風呂敷	掃除機	掃除機	CD・DVD		

2月から前は新品同様のみ、市役所1F市民ホールでは次回は新品同様のもののみ展示し、それ以外のものは、適切にリユース・リサイクルします。子ども服は使用したものでも展示

○持ってきていただくものは、自分で使えるようなもの、がび、汚れ、壊れないもの、  
○ポイントがつかます! 持ってきていただいた方にはエコポイントを差し上げます。  
10エコポイントで1Zenと交換できます。エコポイントカードは共通です。  
○資源回収コーナーもあります。割れた陶器、ガラス器、使えない家電品、物置箱、アルミ付き牛乳パックを回収します。お持ちください!

## 2.3 リユースパンフレットの作成

### (1) リユースパンフレットの概要

市内のリユースショップを紹介するパンフレット「リユース生活のススメ」を作成するにあたり、市内のリユース事業者（14店舗）に掲載について打診したところ、閉店状況にある店舗、掲載を希望しない店舗を除いた、9店舗の協力が得られた。

若い世代にも読んでもらえることを意図して、親しみやすいデザインに編集し、リユース気運を高めるため出張エコ広場のノボリやちらしに使用した「リユースいいね！」のキャッチフレーズをパンフレットにも使用した。

1月18日のリユースシンポジウムにむけて、29,000部発行し、「広報ずし」2月号配布と同時にパンフレットを全戸配付し、掲載協力店にも配架した。

### (2) リユースパンフレットの効果

リユースパンフレットに掲載された市内リユースショップに対して、リユースパンフレットの効果についてアンケートを実施した。掲載後の反響について以下に記載する。

掲載店舗からは「リユースパンフレットにより問い合わせや来店も増え、予想外の効果だった」等の意見が寄せられ、市役所1階市民ホールで開催している「エコ広場」との連携に対しても好意的な感触が伺われた。

また、市民からも「これによりリユースショップを知った、利用したい」、等の意見が寄せられた。今後も、このパンフレットを用いて、市内のリユースショップ及び「エコ広場」をPRし、利用者を増やしていくことが重要であると考えます。

店名	利用者からの問合せ・反響
ワットマン逗子久木店	店長からは「掲載されてましたね」等の声かけられたと聞かすが、詳細は不明。
ブックオフ逗子久木店	電話での問合せが何件かあった。件数はわからないが、問合せがある事自体反響があったと思える。
カモミール	来店者がパンフレットを見て来店したかどうかは不明。
ペチコートレーン	かなりの電話問合せあり。来店数は不明。知人や顧客からパンフレット掲載の報告あり。
今昔きもの 侘助	かなりの手応えを感じている。今までは紹介を介しての来店形式だったが、新規の顧客からの問合せが増え、足が遠のいていた顧客からも何件か連絡があった。自店で引取れない物はエコ広場へと薦めている。
くるくる	配布と同時に問合せの電話多数あり、その後も多い。来店者も増えたが、人数は不明。知人や顧客からもパンフレット掲載について声をかけられた。
八風堂	問い合わせが3件あった他、反響あり。知人や顧客から声をかけられた。客層は中高生が中心であるが、来店者が増えた。掲載に感謝している。
古本イサドととら堂	反響があったかどうか分からない。

リユースパンフレット（表紙（左）、裏面（右））

形を変えずにそのまま再利用するのが「リユース」。まあ、あなたも「リユース」生活をしましょう！

環境省リユースモデル事業

いいね！

エコ広場ずし

リユース生活のススメ

# REUSE

## REUSE PEOPLE

リユースで個性が光る  
個性が光る  
リユースびと

市役所1階にあるエコ広場。ここで見つけた洋服を素敵にコーディネートしているひとがいます。そんな、お二人のファッションをご紹介します。

**吉永 祥子さん**  
着るものは趣味だったという吉永さんここに訪ねられる洋服だと、今まで着たことのないデザインを試してみることがあるので、楽しんでエコ広場を利用しているそうです。とても上品にまとめているお似合いです。

**浅田 恵理子さん**  
洋服だけでなく、靴も靴もすべてエコ広場でみつけたもの。民族衣装的なコーデと着こなしはお洒落。誰かが使わなくなった品物を、再び使うことで命が生き返ると考えて、自分のラッキーカラーも取り入れ活用している。

## REUSE INTERIOR

リユース品を  
センス良く飾る

(左) ガラスのコップ2セットとアイスベル。アーストングとシェーカーを纏に置いてあります。エコ広場をマメにチェックして、別々に手に入れたもので、手持ちのグラスでは足りなくなるホームパーティーの時に重宝しています。

(中) フルーツ柄のファイヤークロップは 実家で買った40年ほど前のもの。

(右) ペンダント照明は車の新車で財政が潤った時にエコ広場で見つけて、新調気づくりにも役立っているリユースです。(Y・Aさん談)

## REUSE PUBLIC SPACE

エコ広場ずし

ゼロ・ウェイストを目指した市民協働事業。捨てるのがもったいないと思ったモノを持ってきていただき棚に並べる。欲しいものがあつたら自由を持って帰れる。

ただし2月から、物の受付は新品同様の物のみに変更します。衣類も新商品のみのみで、それ以外のものは適切にリユース・リサイクルします。子ども服は使用した物も展示します。

📍 道子市役所 1F ☎ 10:00~16:00 📅 市役所開庁日  
📍 あり ☎ 046-873-1111(資源循環課)  
090-6488-0708(道子ゼロウェイストの会 松本)

出張エコ広場もあるよ！

道楽公民館：厚別南1条1番・土曜日 小中公民館：厚別南1条1番・土曜日  
最寄駅：道子駅

## REUSE CLOTHES

リユースの  
優等生  
古着のゆくえ

ファイバーリサイクルネットワーク「ぼろの会」

毎年、春と秋に不要になった古着を集め、回収業者に渡す機織りの回収をして20年余りになります。道子の拠点では5か所。それぞれボランティアスタッフが活動しているが、不要の衣類を持っていくひとボランティアという考え。  
暖かすゴミを減らしその分税金を使わずに済むという

毎月、春と秋に不要になった古着を集め、回収業者に渡す機織りの回収をして20年余りになります。道子の拠点では5か所。それぞれボランティアスタッフが活動しているが、不要の衣類を持っていくひとボランティアという考え。  
暖かすゴミを減らしその分税金を使わずに済むという

問い合わせ ☎ 045-710-6507

## 「ナカノ株式会社」森野工場を訪ねて

繊維リサイクル業者 ナカノ。森野工場に自治体等から集まる古着は一日に約10トン！

壊れたもの、汚れたものも20%がウエス(工業用清掃布)に、30%が防音材や断熱材に工場で再生され、最終的に焼却に回すのはほんの数パーセント。

リサイクル n50%	リユース (中古衣料) n50%
燃費・断熱材と30%	ウエスリサイクル:20%

森野工場での分別割合

繊維はリサイクル率の高い資源というところを知っていましたがファイバーリサイクルは焼却しないことでエネルギー節約につながり、資源の健全な循環に役立っています。日本製衣類は品質が良いので人気！

4~5万点をすべて手作業で280種類に分け、まだ着られる約50%を東南アジアやアフリカへ中古衣料として輸出している。日本製衣類は品質が良いので人気！

古紙や空き缶は高い回収率だが、古着回収率は約一割。残りはおやすみとして焼却されていることになる。

古着は宝！燃やすごみとしてしまわずに、リユースショップなどに持って行くか、古着回収に出して有効に利用しよう。

## REUSE BOOK

古本リサイクル市

当日などに持ち込まれた不要の本や図書等の廃棄処分を依頼。必要な本があれば自由に持ち帰ることができる。残った本は、「もて」で寄付するプロジェクト「チャリティ国際ボランティア会」に寄付。

📍 道子文化プラザギャラリー(開催2回。2015年は6/28-12/20)  
📍 10:00~15:00 📍 あり ☎ 046-871-7708(道楽プレス課)

発行：道子市(資源循環課 046-873-1111)  
道子ゼロ・ウェイストの会(松本 090-6488-0708)

編集：道楽和子・高橋祐子 デザイン：Rookbook 発行日：2015.1.18

📍 エコ広場ずし

環境省リユースモデル事業

# 活用しよう逗子のリユースショップ!

## REUSE SHOP GUIDE

**1 スーパーリサイクルショップ ワットマン逗子久木店**  
 ● 逗子市久木 4-13-25 ☎046-884-9966  
 ● 10:00~21:00 ☐年中無休 ☑あり

● 扱い品: 家電・衣類・貴金属・バッグ・靴・インテリア商品・アウトドア用品・スポーツ用品・キッズ・雑貨など(買い取り・販売(中大型家具、危険物は除く)) ● 買い取りは持ち込みのみ  
 ● 遠隔地に往々コンプライアンスあり

使われていなかった商品や贈答品などが豊富に陳列販売されており、状態のよい中古品が安く手に入る。必要のない品物を持っていけば、その場で査定して買い取りしてもらえる。持ち込んだものは基本的にすべて引取ってくれるので持ち帰ることはなく長年愛用したものを持ち込みやすい。(家電リサイクル法対象品を処分する場合は別途に別った料金が必用)

購入前は、毎週プライスダウン。さらに新品の家電や靴、バッグなどもあって、来店すると長時間見て回る人が多い。

逗子のびとほししい買い取りでしたが、ここに来てみてみると、お宝がいろいろあります。お宝探しは、リユースショップならではです。お宝もぜひお宝探しください。 店長・藤田真由美

**2 ブックオフ 逗子久木店**  
 ● 逗子市久木 4-13-25 ☎046-874-0400  
 ● 10:00~21:00 ☐年中無休 ☑あり

● 扱い品: 本・ゲーム・DVD・CD ● 買い取り・販売  
 ● 値がつかない本などの処分も、持ち込み無料ワゴン車貸し出し有り

単行本、文庫本、雑誌、コミック、ゲームソフト、CD・DVD が安く並び並べられている店内。書籍の在庫は約 8 万冊、ゲームソフト・CD・DVD は約 2 万点と在庫は豊富。価格も手ごろで、ある期間限定に並んでいるものはプライスダウンして、持ち込み書籍もわかりやすい価格で買い取っているので、資源循環のためにも利用しやすい。

本・ゲーム・CD・DVD をトコトン買い取りします。1点からでもOKです。持ち込み品を査定することはありません。買取店舗までお越しください。 店長・藤田真由美

**3 リサイクルショップ カモミール**  
 ● 逗子市逗子 4-3-5 ☎046-872-4551  
 ● 10:00~17:00 ☐土日祝祭日 ☑なし

● 扱い品: 衣類・食器・靴・雑貨など  
 ● 販売 ● 出張買取あり

寄付された程度のよい品物を販売。中古品のショップとは思えないほど選んだものが並べられている。売れ残った洋服を利用した「布ぞうり」は履き心地がよいと人気がある。就労継続支援 B 型事業所でもあり、障がいを持つ方たちが、販売や商品整理にかかわっている。毎月第 1 木曜日は全品半額のカモミール市を開催。(一部除外品あり)

ロンダーマン着払い専用かぶりベコート・レーンが好評です。店長・藤田真由美

**4 リサイクルショップ ペチコートレーン**  
 ● 逗子市逗子 5-4-26 ☎046-871-1550  
 ● 10:00~17:00 ☐日祝祭日 ☑なし

● 扱い品: 衣類・雑貨・アクセサリーなど  
 ● 買い取り・販売 ● 出張買取あり

お店を開いて 30 年余り、逗子のリユースショップの鼻付けといえる店。それだけに、ふるき良き時代からの品物を土物の心が持ち込むことが多い。ブランドものが好まれる時代になったが、選りすぐられた品質のしっかりしたものを、安価で手に入れることができる。

**5 今昔きもの 佗助**  
 ● 逗子市新町 4-14-1 ☎046-872-2294  
 ● 11:00~18:00 ☐月水金曜、毎月 11 日 ☑あり

● 扱い品: 新中古着物・帯・帯留・かんざし・古道具など  
 ● 買い取り・販売 ● 出張買取あり

狭路山の麓に静かな雰囲気であたたかみ。着物は仕立てられておられ、しつけががっかりして、中古品となる世界。店主が興味して選り、時にはこだわって仕立て直しをした着物が並び、市価の 2 分の 1 から 3 分の 1 ほどの価格で手に入る。

遠方から訪ねて来るお客様も多く、時がゆくり流れる店内で、ゆくりと見て楽しんで過ごすという、温かい空気にも気軽にのびてもらえ、中古着物の面白みを知ると、はまり込んでしまいたいそう。

お持ちになっている着に合わせた着物選びなど、ご提案もさせていただきます。思いのたけ大事に使っていられたら幸いです。 店長・浅野智恵子

**6 リサイクルショップ くるくる**  
 ● 逗子市小坪 1-1262-5 ☎0467-24-8913  
 ● 10:00~18:30 ☐水曜日 ☑あり

● 扱い品: 生活雑貨・家具・家電など ● 買い取り・販売

名越トンネルのそばにある店舗の中は、天井まで商品がぎっしり。毎日違う商品が入荷してきて、家電などの大物が多いのも特徴。昭和レトロなソファや貴重品の陶器などが混在して同層。店内を歩くと、探していたものが見つかるだけでなく、身近な雑貨、あると便利な家電製品など、これが欲しかったと思えるものが並んでいる。この店は、一度足を踏み入れると時が経つのを忘れる空間でもあり、毎日通う常連客も多いという。不要品の出張買い取りや大物の配達をしてもらえ、車庫スペースが狭いので多量の場合は相談を。

一番欲しいものは、ノを大切にします。 店長・高橋明子

**7 NPO 法人りさいくる店すし**  
 ● 逗子市逗子 4-11-39 ☎046-873-5929  
 ● 10:30~13:30 ☐土日祝祭日 ☑なし

● 扱い品: 衣類・食器・アクセサリー ● 販売  
 ● 5 年を超えるリユース・リサイクル店、赤いりんの日。店主手作りリメイク品もある。

**8 古本イサドとら堂**  
 ● 逗子市逗子 5-3-39 ☎046-876-8606  
 ● 11:00~22:00 ☐平日月曜日 ☑なし

● 扱い品: 古書籍 ● 買い取り・販売  
 ● 鉄道模型、ミニカー、ラジオ、プラモデル、フィギュアを扱う。新書、ハードブック販売。

**9 八風堂模型店**  
 ● 逗子市久木 4-21-16 ☎046-872-0570  
 ● 11:00~19:30 ☐木曜日 ☑あり

● 扱い品: 鉄道模型 ● 買い取り・販売  
 ● 鉄道模型、ミニカー、ラジオ、プラモデル、フィギュアを扱う。新書、ハードブック販売。

**REUSE BOTTLE** ビールとジュースのビンが酒屋さんへ!

飲み終わったビールやジュースのビンは回収され、メーカーで洗浄して再使用されている。リユースされるのはビールやジュースのビンで、正確に言えばリターナブルビンと呼ばれる。これは販売時にビンの保証金が含まれるので、酒屋さんへ持っていけば保証金が返却され、ビンはリユースされる仕組み。

ビールはアサヒ・キリン・サントリー・サッポロ・オリオンで 1 本 5 円。ジュースはアサヒ・キリン・サントリー・コカコーラで 1 本 10 円。酒瓶や指定メーカーでないビンは粉砕して再資源化したり、再利用するリサイクルに回される。逗子市内の 14 軒の造り酒屋でリターナブルビンを扱うが、一部扱いのないものもあるので購入時に確認を。

梅田さんは、逗子駅前通りにある、創業 100 年の酒屋さん三好製菓の店主。「うちでリターナブルビンがなくて、いろいろな本数でどのくらいもってほしいです。」  
 小笠原朝子(店主)・梅田さん

**REUSE TABLEWEAR** 逗子市民まつりではリユース食器が大活躍

昨年 10 月に行なわれた逗子市民まつりには 38 日目を迎え、毎年来場者 6 万人を超える一大イベント。ゴミは来場者がすべて持ち帰り。

飲食ブースでの使い捨てプラスチック容器を減らすために、昨年は約 1,700 枚のリユース食器が利用されました。飲食ブースでリユース食器のデポジット(保証金) 100 円を含む料金を支払い、食器を返却すると 100 円が戻ってくる仕組み。使用済みの食器はまとめて容器輸出業者に返却し、そこで洗浄して再利用される。来年はもっと利用店舗が増えるといいですね。

### 3. モデル事業に要した経費

モデル事業に要した経費を以下に整理する。

事業内容	合計	支出項目	支出金額
出張エコ広場	126,000	開催場所3地域ごとのちらし作成・印刷	60,000
		のぼり作成	60,000
		エコ広場会場費(第3回会場)	5,000
		出張エコ広場(第2回)テントリース料	1,000
シンポジウム	486,184	シンポジウム用ちらし等作成・印刷・配布費	213,084
		シンポジウム講師代・会場費	173,100
リユースパンフレット	363,071	逗子市リユースパンフレット印刷費	250,000
		逗子市リユースパンフレット配布費	113,071
効果測定(アンケート)	6,083	アンケート用紙等	5,433
		アンケート印刷費	650
合計	881,338		

3回開催した出張エコ広場での持ち込み量の総量は812kgであり、仮に1kgあたりのごみ処理経費を約52円(平成25年度実績)とすると、約42,000円の経費削減効果と推計される。ごみ処理経費削減効果のみで見ると、出張エコ広場に要した経費を下回っているが、出張エコ広場の開催を通じた市民へのリユースの啓発効果や、地域づくりの効果を踏まえると、経費に見合う効果が得られたと考えられる。また、出張エコ広場の経費の多くは、チラシ、のぼりの作成費用であり、今後開催を継続する場合においては、既存のものを活用することで、より少ない経費での開催が可能になると考えられる。また、チラシの配布は、自治会・町内会の協力により掲示板への掲示、回覧を行った他、ニュース掲載、小学校の協力、ボランティアによる戸別配布を実施したことで、経費を抑えることができています。

リユースシンポジウムのチラシ及びリユースパンフレットは、デザイナーに作成を依頼し、「いいね!リユース」をキャッチコピーとして人目をひくデザインでカラー印刷し、広報ずしと同時に全戸配布したが、リユースシンポジウムの集客、またリユースパンフレットへの反響を踏まえると、市民に対する啓発効果は大きかったと考えられる。

### 4. 次年度以降の計画について

本モデル事業の取組みは、いずれの場合もリユースに対する地元住民の高い関心と協力が背景としてあげられる。市役所でのみの開設展示から、地域レベルでの出張エコ広場を開催したことは、地域でのリユース促進、ごみの減量につながっただけでなく、地域の人材おこし・モノの流れを通して地域コミュニティの交流を深めるなどの効果も得られた。

#### 4.1 今後の予定

モデル事業での実験的な開催を通して、市民の関心や要望は高いことが伺われ、各地域での出張エコ広場は以下のとおり継続して開催することを検討・予定している。

##### イ) 体験学習施設スマイル

会場が市の施設であることから、会場使用についての調整が必要だが、子育てボランティアや、施設利用者、近隣の住民からの期待や関心度は高く、同じ敷地に市民プールがあることから、夏期のイベント実施を検討中である。

施設を利用している高校生学生委員会との交流も生まれ、今後連携してリユースのまちづくりをすすめていくことが期待される。

##### ロ) 西友逗子ハイランド

今回、地元住民がボランティアスタッフとして多く参加し、スーパーも大変協力的であり、5月から奇数月の第3金曜日・土曜日に定期的で開催することとなった。

##### ハ) 久木会館

自治会や小学校の協力およびボランティアスタッフのチラシ配布により、効果的な周知が図られた。今回開催をきっかけに、6月より年3回程度の定期開催を行う道筋ができた。空きスペースを有効利用して棚を使用し、常設のリユースコーナー（無人）を設置する予定である。

#### 4.2 今後の課題

イ) 持ち込みのルールを確立することが必要である。持ち込む品物は、ごみになるものではなく、誰もが気軽に気持ち良くリユース出来るものに徹底できるかが鍵である。

ロ) 公共の施設での開催は、会場使用料が発生する。継続して開催するには、予算確保がハードルとなる。

ハ) イベント開催後の片づけ、残ったものの処理をどうするか。逗子の場合は市内中央部（市役所）での常設会場「エコ広場」で対応できることがメリットである。今後のリユース事業者との連携を図るうえでも重要である。

ニ) 地域で開催したことにより、新たな利用者が生まれ、更なるリユースの活性化につながる一方で、ボランティアスタッフの確保が難しい。地域の人々の手により、地域でリユースされる仕組みが望まれる。

### III. 愛知県武豊町

#### 1. リユースモデル事業の概要

##### 1.1 プランの概要

平成 23 年より住民から集めたリユース品を会場に展示、参加者が持ち帰るイベント「武豊リユースパーク」を実施しているが、その仕組みを踏襲して常設のリユース施設「武豊リユースステーション」の開設を町内事業者と連携しながら検討する。

「武豊リユースステーション」は資源回収拠点である「たけとよエコステーション」に併設する形で平成 27 年 1 月 6 日（火）に開設した。

##### (1) 対象品目

町民の方から提供いただくリユース品は、「キッチン用品」、「日用雑貨品」、「育児関係」、「衣料品関係」、「本・CD・DVD・ゲーム」とし、町が指定する処理困難物、家電リサイクル法対象品目（冷蔵庫・冷凍庫、テレビ、洗濯機・衣類乾燥機、エアコン）等は受付対象外とした。

一定期間、引き取り手が現れなかったリユース品については、資源物として処理可能なものはエコステーションで引き取る。資源物として処理できないものについては、武豊町にて適正処理を行う。

「武豊リユースステーション」で対象としたリユース品

品目	受付できない品目
キッチン用品	・汚れ、破損のひどい品物 ・部品が欠品しており、機能に支障があるもの ・町の指定で処分する“処理困難物”として扱われるもの ・家電リサイクル法の対象製品 ・危険物、動植物、飲食物、化粧品、医薬品、その他法律上販売が禁止されているもの ・無線機など、使用の際に専門の知識を要するもの ・個人情報情報が漏えいする恐れのあるパソコンの周辺機器
日用雑貨品	
育児関係	
衣料品関係	
本・CD・DVD・ゲーム	

##### (2) 取組の概要

武豊リユースステーション開設に向けて、エコステーションの運営事業者である株式会社エイゼンと協議して、リユースステーションの運営方法の検討を行った。11 月に広報用ちらし・ポスターを作成し、町内の施設へ配布するとともに、イベントなどで取組の紹介を行った。

リユース品の提供は、エコステーションが営業している月～土曜日の 9：00～15：00 に受け付ける。リユース品を持ち込んだ町民は施設内のリユースボックスにリユース品を入れ、係員からリユース品交換券を受け取る。

リユース品の交換は、火・水・木の 13：00～15：00 に受け付ける。施設内に受け取りを希望するリユース品があれば、交換用紙に必要な事項を記入の上、リユース品交換券と引き換えにリユース品を持ち帰ることができる。

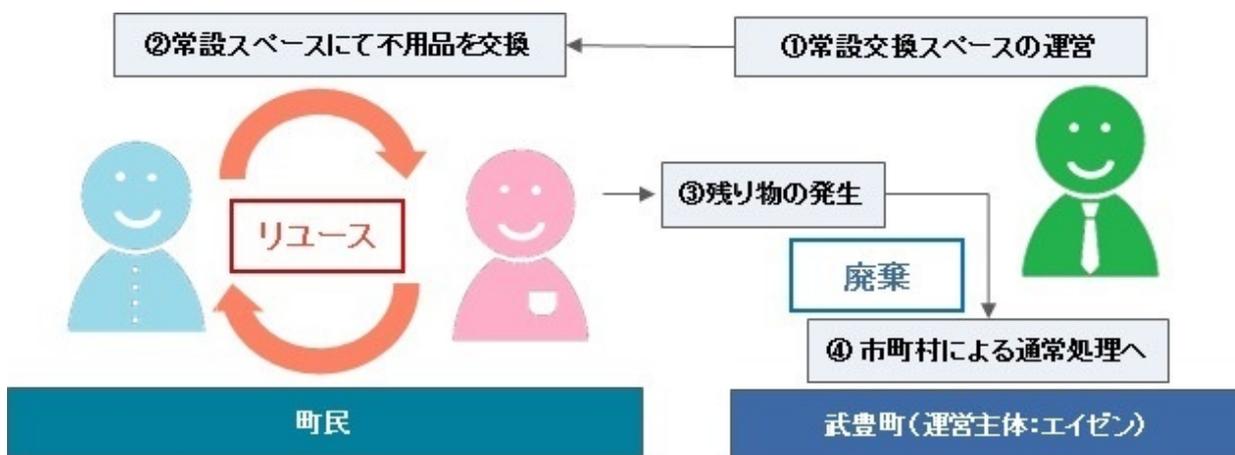
事業者は、町民から提供されたリユース品の陳列・展示や整理、提供品目別の重量やリユースされた品目別の重量、リユース品提供者数、交換者数などの記録を行う。

### (3) 役割分担

武豊町は「リユースステーション」の責任者として、開設に向けた企画・準備、効果測定等を行う。たけとよエコステーションの運営事業者でもある株式会社エイゼンは、リユース品の受付・交換業務、リユース品の展示・整理等を行う。

#### ・常設交換スペースの運営について自治体と事業者の役割分担まとめ

武豊町	株式会社エイゼン
開設に向けた企画・準備	運営準備
ちらし作成、広報への掲載による告知	リユース品の受付・交換業務
町民からのお問い合わせへの対応	リユース品の展示・整理
運営に関する状況確認	集客数や重量等の測定
効果測定の検証	アンケートの実施
今後の運営に関する検討	



環境省 リユースモデル事業

再資源から再利用、暮らしがもっとエコになる。

# 武豊リユースステーション

Taketooyo reuse station



**場所**  
たけとよエコステーション施設内

**交換日時**  
毎週火・水・木曜日 13:00~15:00

**武豊リユースステーションでごみ量の削減**  
町民のみなさんから「まだ使えるもの」を集めて、別の人に品物を再利用してもらうよう促す施設です。品物の再利用をするリユースは、リサイクルよりも環境負荷が低いため、今後の普及が望まれています。ご利用の流れは、裏面をご確認ください

**「リユース」の次は「リサイクル」** 資源物の「分別」にもご協力ください

町内に資源回収施設「エコステーション」は2ヶ所  
みなさんのご家庭から排出された資源物は、新たな製品にリサイクルするための材料として売られています。資源物の売り買いによって武豊町の歳入となった代金は、ごみ処理行政の運営費に使用されています。

営業日時  
月曜日～土曜日  
9:00～15:00  
エコステーションの場所については、裏面の地図をご覧ください



「武豊リユースステーション」及び「エコステーション」についてのお問い合わせは、  
株式会社イゼン ☎72-3764 または、武豊町役場環境課 ☎72-1111まで

### 武豊リユースステーションご利用の流れ

**1** リユース品を持ち込む

**2** 施設内のリユースボックスに入れる

**3** 係員に声をかけてリユース品交換券を受け取り完了！

**リユース品の提供**  
(月～土曜日 9:00～15:00)

**1** リユース品交換券を持って来場

**2** 気に入ったリユース品を選び交換用紙を記入して係員に提出し、交換券に受付印を押しもらう

**3** リユース品を持ち帰り完了！

**リユース品の交換**  
(火～木曜日 13:00～15:00)

### 取り扱うリユース品について

**受付できる品目**

- ◆キッチン用品
- ◆日用雑貨品
- ◆育児関係
- ◆衣料品関係
- ◆本・CD・DVD・ゲーム



**受付できない品目**

- ・汚れ、破損のひどい品物
- ・部品が欠品しており、機能に支障があるもの
- ・町の指定で処分する際に「処理困難物」として扱われるもの
- ・家電リサイクル法の対象商品 (テレビ、エアコン、冷蔵庫・冷凍庫、洗濯機、衣類乾燥機)
- ・危険物、動植物、飲食物、化粧品、医薬品、その他法律上販売が禁止されているもの
- ・無線機など、使用の際に専門の知識を要するもの
- ・個人情報が入っている恐れのあるパソコンの周辺機器

**たけとよエコステーション**  
エコステーションの施設内でリユース品の「受付」「交換」をすることができます。



**ご利用にあたっての注意事項**

- ・施設内には、十分な駐車スペースがありません。他の利用者の方へのご配慮をお願いします。
- ・併設のたけとよステーションは、月～土曜日の営業ですが、リユース品の「交換」は、毎週火・水・木曜日のみとさせていただきます。リユース品の提供は、エコステーションの営業時であればいつでも可能です。
- ・本事業は試行事業のため、内容が変更となる場合があります。予めご了承下さい。

**武豊町内のリユースショップ案内**

**ゲオ武豊口田店**さんでもリユース品の取り扱いをしています。

●取扱い品目●  
本・CD・DVD・ゲームソフト  
ゲーム機本体・トレカ・携帯電話/スマホ  
武豊町字口田11-1 ☎72-0614

## 1.2 広報・PRの方法

ちらし・ポスターの町内施設への配布、広報及びホームページへの記事の掲載、ごみに関する問い合わせの際の紹介などを実施した。

## 2. モデル事業の利用状況・問題点・効果について

### 2.1 モデル事業の利用状況について

武豊リユースステーションの1月～3月の提供重量、リユースされた重量、廃棄された重量は下記の通りである。日用雑貨品やキッチン用品のリユースされた重量が多い。

武豊リユースステーションの利用状況実績（1～3月分、単位：kg）

	キッチン用品	日用雑貨品	育児関係	衣料品関係	本・CD等	合計
リユース品提供重量	358.3kg	622.5kg	140.6kg	272.5kg	409.8kg	<b>1803.7kg</b>
リユースされた重量	254.8kg	352.4kg	31.3kg	72.1kg	35.6kg	<b>746.2kg</b>
リユース率	<b>71.1%</b>	<b>56.6%</b>	<b>22.3%</b>	<b>26.5%</b>	<b>8.7%</b>	<b>41.4%</b>
廃棄重量	67.5kg	154.6kg	72.1kg	91.0kg	216.9kg	<b>602.1kg</b>

※平成26年度開催の「武豊リユースパーク」残重量分含む

（提供重量＝リユースされた重量＋廃棄重量）とならないのは、現在武豊リユースステーション内に展示されている重量があるため

武豊リユースステーションの利用人数（1～3月分）

	提供者数	交換者数	ユニークユーザー	累計リピート人数
1月	126人	53人	44人	9人
2月	127人	94人	48人	55人
3月	121人	102人	31人	126人
合計	<b>374人</b>	<b>249人</b>	<b>123人</b>	<b>126人</b>

\*初めての利用者には交換用紙の裏面にてアンケートを実施しているため、その回答数からユニークユーザー数を算出

### 2.2 モデル事業の問題点（事業者・利用者からのヒアリングを元に作成）

#### A. 運営面

（交換券について）

数量に関わらず1度のリユース品の提供につき、1枚の交換券を進呈という仕組みについて、提供点数1点につき交換券1枚にしてほしいという声が多くあった。また、同様に交換券1枚につき持ち帰ることができる品物の点数が1点という制度についても少ないという声があった。

→現場において品物を見ながら柔軟に判断をしたが、今後も継続して行う事業であるため、交換券制度の再検討が必要である。

（展示品の検品作業について）

電子機器については、電源を入れても作動しない場合や付属部品が不足していることがあった。また、個人情報の漏えいやP L法等の問題が懸念されるため、対応についての検討が必要。

本については、成人向け雑誌が混ざっていたり、使用済みの塗り絵や日記が提供されることがあった。

CD、DVD、ゲーム類については、ケースと中身が異なっている品物が多く見られた。また、私的利用のためにダビングされたディスクも提供品の中に含まれていたため、検品作業に時間がかかった。

→検品作業に時間をかけることによる人件費の高騰や持ち帰ってもリユースできない品物・間違った品物であることを未然に防ぐためにも取扱品目の見直しが必要である。

## B. 会場及び営業時間

(会場レイアウトについて)

提供される点数が増えてきたため、スペースが不足している。また、リユース品を見定めているうちに種類別に整理されている品物が混在してしまっている様子が多く見られた。そのため、リユース品の閲覧がしにくくなるのに加え、月末の棚卸時に重量の誤差が生じてしまっている。

→陳列用品の充実から品物のレイアウトの向上を狙い、リユースを促しながら、業務の簡素化を図りたい。また、取扱品目の見直しにより会場の整理をすることも必要なのではないか。

## 2.3 効果測定について

### ○リユースに関する実績整理

1月6日火曜日から3月26日木曜日に実施したモデル事業において、リユース品提供者…374人、リユース品交換者…249人、リユース品の提供重量…1,803.7kg、リユースされた重量…746.2kg という実績を得ることが出来た。

前頁の表から見ても利用者数は増加傾向にあり、町民にリユースが浸透してきているのではないかと判断する。

また、746.2kg リユースされたことでそれに伴うごみ・資源の運搬費や中間処理費を削減することができた。(約1万8千円の削減)

エコステーションの来場者が増加することによる駐車場の混雑等の問題は現状において発生しておらず、むしろ武豊リユースステーションの開業により、普段は来場者数の少なかった火・水・木曜日の午後に分散されている様子であった。さらに武豊リユースステーションの認知度が高まり来場者が増えることで、エコステーションでの資源物回収量の増加に伴う資源物売買に伴う町の歳入の増加にもつながるのではないかと考える。

○採算性について

**本モデル事業に係った経費《税込》**

広報費	223,560 円	A 4 チラシ両面カラー印刷…20,000 枚 A 2 ポスター片面カラー印刷…200 枚
看板作製費	140,940 円	A型サイン D600×H900+300 片面サイン 5台 アルミ枠 ポリウエイト10個
会場清掃費	98,280 円	
消耗品費	298,158 円	陳列用コンテナ、交換用紙代など
<b>合計</b>	<b>760,938 円</b>	

**次年度以降の本事業実施に際する採算性について**

(必要経費)

人件費	497,250 円	リユース品交換受付業務…153 日 週3日(火・水・木) 13~15時
諸経費	58,306 円	交換用紙代、陳列用具購入費など
消費税	44,444 円	
<b>合計</b>	<b>600,000 円</b>	

(事業展開に伴う町への利益) 《想定》\*モデル事業期間の実績3か月×4で算出

運搬費の削減	14,828 円	(746.2kg×4) ×4.6 円×1.08
中間処理費の削減	58,024 円	(746.2kg×4) ×18 円×1.08
資源回収量増加に伴う歳入増加	約 86,800 円	996 人 (249 人×4) 増加により 約 14,000kg 資源物回収量増加
<b>合計</b>	<b>約 160,000 円</b>	

\*リユースされた品目を全て再資源不燃物と仮定し、処理費を計算した場合

\*資源回収量増加に伴う歳入増加は平成25年度の来場者数、資源回収量、資源売買量の割合から算出

**【費用対効果のまとめ】**

(必要経費) - (事業展開に伴う町への利益)

600,000 円 - 160,000 円 = 440,000 円分事業費として必要となる

○来場者アンケートの結果整理 (1~3月実施)

\*初めて武豊リユースステーションに来場した人を対象にアンケートを実施した。

\*有効回答数人数 111人

<b>Q1. 環境用語である4Rのうち、意味を知っているものはありますか？(複数回答可)</b>	
A. リサイクル	106人
B. リユース	94人
C. リフューズ	11人
D. リデュース	23人
E. どれも知らない	1人
<b>Q2. 普段からリユース活動をしていますか？</b>	
A. している	90人
以下、どのような方法で行っていますか？(複数回答可)	

リサイクルショップに持ち込む	40人
武豊リユースパークへの出品	48人
ネットオークション	14人
家族や友人にゆずる	45人
フリーマーケットやバザーに出店	18人
その他	0人
B. していない	16人
<b>Q3. 武豊リユースステーションを通じて、「リユース」の意識が高くなりましたか？</b>	
A. 非常に高くなった	72人
B. 少し高くなった	32人
C. あまり高くならなかった	0人
D. 変わらない	6人
<b>Q4. 今後も武豊リユースステーションを利用したいと思いますか？</b>	
A. 定期的に利用したい	95人
B. 機会があれば利用したい	16人
C. 利用したいとは思わない	0人

【自由記入欄への意見（代表的なものを抽出）】

- ・とても良い取り組みだと思います。是非続けてほしいです。
- ・どんどん品物が増えて、リユースコーナーが立派になればいいですね。武豊の町民もみんなが喜ばれる場所になることでしょう。今日初めて利用しましたが、たくさん品物があってびっくりしました。今の時代、モノ余りで共有してもらえるのが一番いいですね。
- ・リユースの実現は、私も大賛成です。これからも利用させていただきます。
- ・とても楽しく見せて頂きました。
- ・働いている方がとても親切で嬉しかったです！
- ・高齢者のたまり場みたいになってちょっとした修理などもしてくれると生きがいになる人もいるかと思います。
- ・使わないけど捨てられないものがたくさんあるので、持って行ける場所が近くにできてすごく助かります
- ・リユース品のなかには、欲しいと思っていたものがあったりするので、見て回るのも楽しみです。知り合いにも教えてあげたい
- ・これってリユース品？処分したほうが…と感じるものもありました。
- ・交換券はリユース品提供1品につき1枚がうれしいな
- ・夕方5時までにして下さい。

○「武豊リユースステーション」次年度以降の計画の検討

今後の課題としては、2) モデル事業の問題点で挙げた通り、交換券制度及び取扱品目について見直さなくてはならないと考える。具体的には、リユース品提供者に渡している交換券の枚数の見直しもしくは交換券制度の廃止、リユース品の使用が困難なものや検品作業に時間を要する品目は受付品目から除外する等の検討が必要である。本事業を継続的な事業として展開させる

ためには、これらの問題点の改善・制度変更により諸経費及び人件費の削減へのアプローチを考えなくてはならない。

武豊リユースステーションをよりよい施設として町民にとって利用しやすく機能させるために本モデル事業期間を経て得ることが出来たこれらの反省点について27年度、28年度に改善方法の検討、実施をしていく。広域ごみ処理施設の建設に動いている本町において、本事業のような先進的な取組を継続させることで、町民の生活にリユース文化を根付かせ、環境への意識の高い町民を増やしていきたい。それにより、更なるごみの減量化の実現を果たし、「環境のまち武豊」を目指す。

「武豊リユースステーション」の様子



＜ガソリンスタンドを改修したエコステーション＞



＜リユースステーションの入り口＞



＜リユース品の受付場所＞



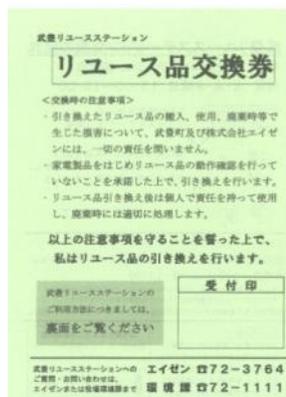
＜リユース品の陳列の様子＞



＜衣類＞



＜おもちゃ＞



＜リユース交換券＞



＜リユース交換用紙（申込用紙）＞

## 第2章 使用済製品等のリユースに関するモデル事業の取りまとめ

### I. 使用済製品等のリユースに関するモデル事業フォローアップ調査結果

#### 1. 平成25年度モデル事業 フォローアップ調査

##### 1.1 平成25年度モデル事業の概要

市町村とリユース事業者や住民団体等が連携し、地域の特性にあったモデル事業として、市町村からの事業内容の提案を受けて、群馬県前橋市、神奈川県葉山町の1市1町でモデル事業を実施した。各地域の事業概要は以下の通りである。

平成25年度市町村におけるリユースモデル事業の概要

	群馬県前橋市	神奈川県葉山町
<b>名称</b>	リユース宝市	くるくる市
<b>事業概要</b>	開催テーマ「私にとっては不用でも、誰かにとっては宝物」とし、家庭に眠る"使えるけど使わない品物"をイベント当日に持参いただき、集まったものを無料で提供・交換するイベント。 住民団体、民間事業者とも連携し、残った製品等も可能な限りリユースを行う。	町民にリユース可能な製品を持ち込んでいただき、欲しい品を無料で持ち帰ってもらうイベント。町民を対象。 残った製品等は、リユース事業者にて引き取りしてもらい可能な限りリユースを行う。
<b>リユース対象品目</b>	衣類・くつ・かばん、ホビー用品、生活雑貨、書籍、育児用品、おもちゃ、小型の家具	衣類、本、食器、バッグ、靴、ぬいぐるみ、おもちゃ、その他日用品
<b>役割分担</b>	【行政】企画・開催、住民への広報、残った製品の処理 【住民団体】イベント開催支援 【民間事業者】リユース品の提供、残った製品等のリユース・リサイクル	【行政】企画・開催、町民への広報、残った製品の処理 【住民団体】イベント開催支援 【民間事業者】残った製品の査定・受け取り
<b>実施期間</b>	平成25年12月21日(土)	平成25年12月15日(日)、 平成26年1月19日(日)、2月9日(日)

## 1.2 平成 25 年度モデル事業実施地域の動向

平成 25 年度モデル事業を踏まえた各地域での取組状況について整理する。

図表 8 モデル事業を踏まえた平成 26 年度取組状況

	群馬県前橋市	神奈川県葉山町
モデル事業の継続状況	継続して実施 平成 25 年度のモデル事業の成果を踏まえて、平成 26 年度もリユース宝市を開催。	継続して実施 平成 25 年度のモデル事業の成果を踏まえて、平成 26 年度もくるくる市を開催。
変更・改善点	運営の改善（開場時間の変更など） イベント保険への加入	運営の改善（開催頻度、開催場所の変更）、リユース事業者への引渡し品の変更

### 1.2.1 群馬県前橋市

#### (1) モデル事業の成果と課題

リユース品の使用及び提供を普及啓発するイベント「リユース宝市」を開催した。テーマを「私にとっては不用でも、誰かにとっては宝物」とし、家庭に眠る“使えるけど使わない品物”を提供してもらい、集まったものを無料で提供・交換するイベントを開催、市民団体、民間事業者とも連携し、残った製品等も可能な限りリユースを行った。

対象は「衣類」、「ホビー用品」、「生活雑貨」、「書籍」、「育児用品」、「おもちゃ」、「家具」とし、食料品、電化製品、医療・介護機器などは対象外とした。

市民は、提供した品物が残った場合にも、持ち帰りの必要はなく、前橋市においてリユース・リサイクル可能なものを仕分けし、市民団体等でのリユース利用、リユース・リサイクル事業者への引渡し、または前橋市にて適正処理を行う。

「リユース宝市」は、平成 25 年 12 月 21 日（土）にグリーンドーム前橋サブイベントエリアにて開催した。

成果について、リユース宝市への参加者は約 800 人、うちリユース品を当日持参した人は約 600 人であった。事前収集及び当日持ち込み合わせて 4,970kg（推計）のリユース品が会場内に展示され、うち 3,915kg（推計）が持ち帰られ、リユースされたものは全体の 78.8%に相当すると推計された。持ち帰りされずに残ったものは 1,055kg（全体の 21.2%）であり、衣類・ぬいぐるみ・かばん（800kg）、書籍（170kg）はリサイクル事業者に、食器類とハンガーやイベント中に破損した品物などを不燃ごみ（85kg）として処理した。ごみとして処理した割合は全体の収集量のうち 1.7%であった。

来場者へのアンケート結果からは、概ね満足して頂けたことが確認され、今後の継続については「継続してほしい」と回答した人が 7 割以上となっている。一方で、継続の必要はないと回答した人は、わずか 0.4%であり、ほとんどの人が継続を期待しているものといえる。

## (2) モデル事業の成果の活用状況

モデル事業の成果、市民からの要望も踏まえて、平成 26 年度も引き続きリユース宝市を開催した。開催日時は平成 26 年 10 月 19 日（日）に開催した。

### 平成 26 年度「リユース宝市」の概要

■名 称	リユース宝市 ～私にとっては不用でも、誰かにとっては宝物～
■日 時	平成 26 年 10 月 19 日（日）午前 11 時～午後 1 時
■場 所	ヤマダ グリーンドーム前橋 サブイベントエリア
■主 催	前橋市
■協 賛	群馬県

成果について、リユース宝市への参加者は約 1,000 人（平成 25 年度は約 800 人）、リユース品の回収量（推計）は、事前収集及び当日持ち込み合わせて約 7,000kg（同 4,970kg）、うち約 6,050kg が持ち帰られ、リユースされたものは全体の 86.4%と推計された（同 3,915kg、78.8%）。

持ち帰りされずに残ったものは 950kg、全体の 13.6%（同 1,055kg、21.2%）であり、衣類・ぬいぐるみ・かばん・靴（380kg）、紙類（段ボール 140kg、書籍 190kg）、食器類（30kg）はリユース、リサイクル事業者に引渡し、日用品、家具類の破損品などを不燃ごみ（210kg）として処理した。ごみとして処理した割合は全体の収集量のうち 3.0%であった。

図表 9 平成 26 年度「リユース宝市」の利用状況実績

来場者数	事前収集及び持ち込み(kg)	持ち帰り(kg)	リユース割合
1,000	約 7,000	約 6,050	86.4%

### 【開場前の入場者】



### 【市民から提供されたリユース品】



回覧 前橋市  
ごみ減量課

“使えるけれど使わない品物”を  
ご提供いただき、必要な方  
にお持ち帰りいただくイベントです。

**10月19日(日)**

ヤマダグリーンドーム前橋  
サブイベントエリア

**午前11時～午後1時**

※受付開始：午前9時30分、入場は受付順(整理券発行)

- リユース自転車抽選会もあります●  
先着600名様に抽選券を配布。抽選会は12時開始。  
当日14時までにお持ち帰りできる方が対象で、  
防犯登録代500円は当選者負担となります。

**不用品をご提供ください**

皆さんからご提供いただく品物がこのイベントの主役です。  
衣服、日用品、おもちゃ、書籍など、詳しくは裏面をご覧ください。

回収場所	日 時
市役所 1階ロビー	9月1日(月)～10月17日(金) 8:30～17:15 土日祝日休み
前橋プラザ元気 21 2階エレベーターホール ※育児用品&おもちゃのみ	9月9日(火)～10月15日(水) 8:00～22:00 期間中無休
児童文化センター ※育児用品&おもちゃのみ	9月9日(火)～10月15日(水) 9:00～16:30 月曜及び第2木曜休み (ただし祝日の場合は翌日)
ヤマダグリーンドーム前橋 サブイベントエリア	10月18日(土) 10:00～14:00 10月19日(日) 9:30～11:00

※当日は大変混雑します。なるべく前日までにお持ち込みいただくようお願いいたします。  
※不用品をご提供された方への特典は特にございませんのでご了承ください。

G活  
チャレンジ!  
100  
**リユース宝市**



今注目のリユース、  
リサイクルよりも**ECO.**

リユースは、“そのままの形”で再使用することをいいます。  
一方でリサイクルは、新しい製品の原料にすることをいい、  
運搬、選別、粉砕など多くのエネルギーやコストがかかります。  
このため、よりECOなリユースが注目されています。  
みなさんに、“リユースの楽しさを伝えたい”そんな気持ちを  
込めてリユース宝市を開催します。



**提供いただきたいもの**

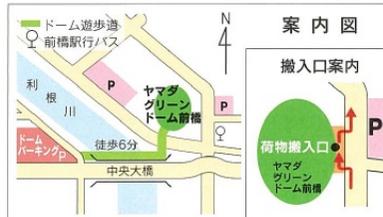
前橋市のご家庭から出たもので、ご自分で搬入  
できるものが対象です。  
※ 食料品、電化製品、医療・介護機器はご遠慮ください。

<p>●衣類</p> <p>(洗濯済でまだ着られるもの 靴、かばん、帽子もOK)</p>	<p>●ホビー用品</p> <p>(アウトドア、スポーツ用 品 ※スキー、スノーボ ード、自転車は不可)</p>	<p>●生活雑貨</p> <p>(未使用の贈答品・日用品 新品同様の小物雑貨など ※刃物は不可)</p>	<p>●書籍</p> <p>(絵本、漫画、一般書籍 ※雑誌は不可)</p>
<p>市役所正面玄関で 事前収集もしています。</p> <p>育児用品・おもちゃは、 前橋プラザ元気 21 (2階) ・児童文化センター でも回収中</p>	<p>●育児用品</p> <p>(マタニティ用品、ベビー 用品 ※チャイルドシ ートは不可)</p>	<p>●おもちゃ</p> <p>(ぬいぐるみ、ブロック1個 から、知育玩具、ジャン グルジムなど)</p>	<p>●家具</p> <p>(カラーボックス程度の小 型家具、小型ソファ、衣 ケースなど汚れ破損が少 なく使用できるもの ※大 型家具は不可)</p>

**当日使用済小型家電と廃食用油も回収します**

<p>●小型家電</p> <p>(一人でお持ち運びできる大きさまで) ※エアコン、テレビ、冷蔵庫・冷凍庫、洗濯機・ 衣類乾燥機はお持ち込みできません ※個人所持のあるものは消去して出してください ※パソコンも回収できます</p>	<p>●廃食用油</p> <p>(液状の植物性油) ※洗ったペットボトルに入れてしっかり 蓋を閉めてお持ちください ※動物性油、機械油等はお持ち込みできません</p>
--	---

※ご提供いただいた品物が残った場合も、お持ち帰りの必要はありません。  
※このイベントは、品物をお持ち込みにならなくても入場でき、自由にお持ち帰りいただけます。



- 主催 前橋市
- 協賛 群馬県  
前橋市一般廃棄物処理事業協同組合  
前橋市再生資源事業協同組合
- お問い合わせ 前橋市役所環境部ごみ減量課  
☎027-898-6272

※このチラシはリサイクルできますので、不用になった場合は「雑紙類」として出してください。

来場者アンケートから、満足度についてスコア化して整理した結果からは、概ね満足していただいたと推察される。

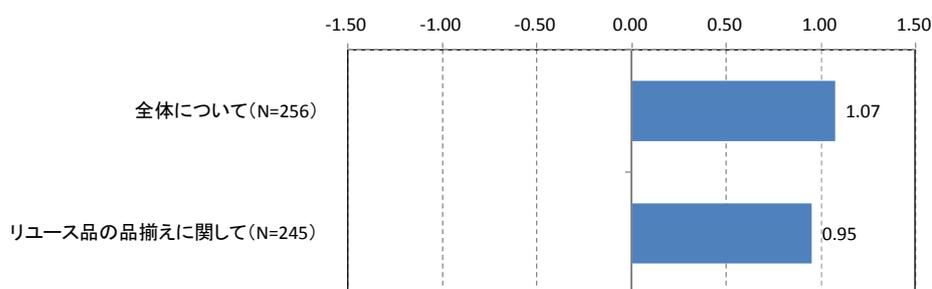
参加者数、リユース品の回収量、持ち帰られリユースされた量及びその割合ともに、平成25年度よりも多くなっている。これは2回目の開催ということもあり市民への周知・認知が進んだこと、地域での“ロコミ”での広まりがあったのではないかと推測されている。

モデル事業を踏まえた変更・改善点としては、以下の4点が挙げられ、いずれも変更したこととで円滑な開催・運営に繋がっている。

#### モデル事業を踏まえた平成26年度「リユース宝市」での変更点

- (1) 開催日を土曜日から日曜日に変更（会場準備、市民の持ち込み対応）
- (2) 開催時間を13:00から11:00に変更（市民の待ち時間の短縮）
- (3) リユース自転車の抽選券の配布方法・抽選方法・配置場所を、混雑防止のため変更
- (4) 傷害保険への加入（施設入場者を対象とした傷害保険）

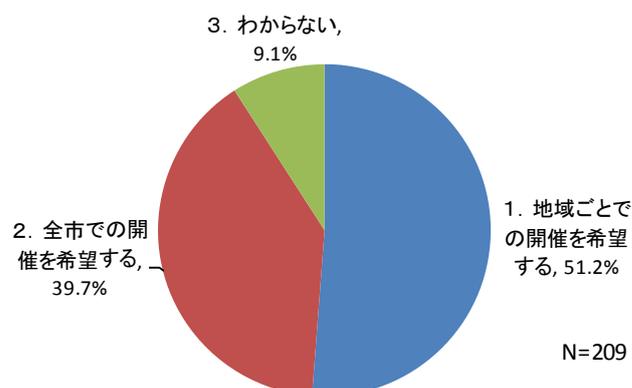
#### 「リユース宝市」の満足度（来場者アンケート）



※満足を2点、やや満足を1点、普通を0点、やや不満を-1点、不満を-2点とし点数化、回答数で除することでスコア化する。

今後については、より地域に根ざした取り組みとするため、平成27年度は全市での開催は行わず、地域のボランティアと一緒に、公民館や支所単位での開催を複数回行うことを検討しているところである。来場者アンケートからも半数以上の支持を得ており、単なる一過性のイベントとしてではなく、規模は小さくなくても地域に根ざした活動になるよう広め、市民団体による自主的な運営等に発展させたいとの考えである。

#### 平成27年度以降の「リユース宝市」の開催への要望（来場者アンケート）



## 1.2.2 神奈川県葉山町

### (1) モデル事業の成果と課題

葉山町では、リユース体験型イベントによる普及啓発促進事業「くるくる市」を開催した。町民にリユース可能な製品を持ち込んでいただき、欲しい品を無料で持ち帰ってもらった。民間リユース事業者とも連携し、残った製品等も可能な限りリユースを行った。

「くるくる市」は、12月15日(日)(於：図書館ホール)、1月19日(日)(於：図書館ホール)、2月9日(日)(於：福祉文化会館 大会議室)の計3回開催した。対象品は、「衣類、服飾雑貨」、「本」、「CD、DVD、ビデオ」、「食器」、「バッグ」、「靴」、「ぬいぐるみ」、「おもちゃ」、「その他日用品」とし、粗大ごみ、家電リサイクル法対象品目(冷蔵庫・冷凍庫、テレビ、洗濯機・衣類乾燥機、エアコン)、電気を使用するもの(アイロン、ドライヤーなどの小型家電)は対象外とした。

第1回は400人が来場し、1,896kgの持ち込み、1,333kgの持ち帰りがあった。第2回は、450人が来場し、1,534kgの持ち込み、968kgの持ち帰りがあった。第3回は、来場者数、持ち込み・持ち帰りともに少なく、前日の悪天候と、くるくる市の開催が頻繁に続いていたこと等が理由として考えられた。

参加者へのアンケートでは、97%が継続開催を希望したが、適切な開催頻度については課題が残った。また、第1回、第2回会場であった図書館ホールは、駐車場スペースが小さいことから入場整理が難しく、よりスペースの広い福祉文化会館での開催を望む声が多かった。

事業者へ引き渡したもののうち、「衣類」「服飾雑貨」「靴・バッグ」「ぬいぐるみ」はリユースでの活用が行われたが、「本」はリユース事業者が取り扱えるような品質のものが残らず、リサイクルとなった。また、「食器」は景品等でなく購入したもので、箱に入っているものでなければリユース事業者による引取りが難しく、イベント内でのリユース率が高い一方で、残ったものについては引取り手が見つからなかった。

図表 10 平成25年度くるくる市の利用状況実績

	天候	来場者数	持ち込み		持ち帰り	
			人数	重量(kg)	人数	重量(kg)
第1回 (平成25年12月15日)	晴れ	400	221	1,896	230	1,333
第2回 (平成26年1月19日)	晴れ	450	228	1,534	279	968
第3回 (平成26年2月9日)	晴れ ※前日:大雪	50	22	150	42	199

### (2) モデル事業の成果の活用状況

モデル事業の成果を踏まえ、平成26年度もくるくる市を継続して開催した。開催頻度は半年に1回程度とし、平成26年9月20日、平成27年2月7日に福祉文化会館にて開催した。運営は町職員の他、ごみ減量に関心のあるボランティアスタッフを募集して行った。

当日に残った不用品のうち、衣類(服飾雑貨：マフラー、ネクタイ、ベルト等)、ぬいぐる

み、バッグ、靴は、平成 25 年度に引き続き株式会社 Kurokawa へ引き渡しを行い、約 97%が商品化された。その他に、本、CD、DVD、食器類は町のクリーンセンターにて適切に再資源化・埋立処理を行った。(第 5 回の実績では、本が約 100kg、食器類が約 20kg であり、この結果から 91%がリユース、7%がリサイクル、1%が埋立処理であったと考えられる)

図表 11 平成 26 年度くるくる市の利用状況実績

	天候	来場者数	持ち込み		持ち帰り	
			人数	重量(kg)	人数	重量(kg)
第 1 回 (平成 26 年 9 月 20 日)	晴れ	400	250	—	255	954
第 2 回 (平成 27 年 2 月 7 日)	晴れ	510	247	—	391	1,267

(注) 持ち帰り量のみを計量したため、持ち込み量は不明。

【参加者で賑わう開場内の様子】

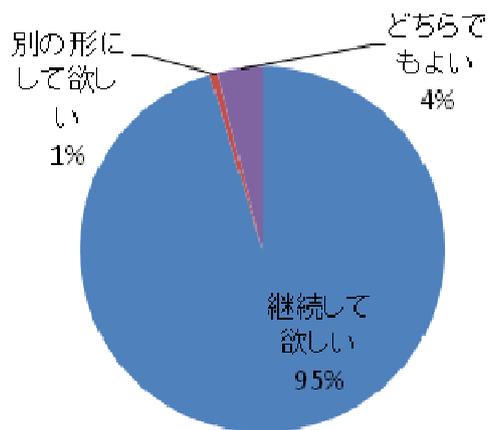


図表 12 平モデル事業を踏まえた平成 26 年度「くるくる市」での変更点

- (1) 開催頻度を月 1 回から半年に 1 回に変更
- (2) 開催場所を車でのアクセスが便利な福祉文化会館に統一
- (3) リユースができなかった本の処分を事業者から町での処理に変更(古紙としてリサイクル)

今後については、参加者アンケートの結果からも継続を望む声が多く、引き続き継続して開催していく予定である。一部、「回数を増やしてほしい」という意見もあったことから、ボランティアスタッフの協力を得て無理なく開催できる範囲での適切な頻度を見極めていく必要がある。

図表 13 平成 27 年度以降の「くるくる市」の開催への要望（来場者アンケート）



「もう使わないけど、捨てるにはもったいない…」  
 「欲しいけど、誰かゆずってくれないかなあ…」

葉山町民対象



◆◆開催日時・場所◆◆

第4回 9月20日(土)10:00~15:00 福祉文化会館 大会議室

第5回 2月7日(土)10:00~15:00 福祉文化会館 大会議室

※持ち込み受付は14:00まで



Reuse(リユース)とは?

形を変えずにそのまま再使用するのが「リユース」です。まだ使えるものを再使用することで、「ゴミを出さない・増やさない」ことが目的です。くるくる市は、ご家庭で使わなくなったけど、まだまだ使える衣類・本・食器などを町内で「くるくる」循環させ、リユースを進めるためのイベントです。くるくる市で「リユースでエコな暮らし」始めてみませんか?

◆◆リメイクワークショップ開催◆◆

～自分だけのオリジナルエコバッグを作ろう!～

使いみちが無いけど、お気に入りの柄の手ぬぐい・スカーフなどをリメイクして、自分だけのオリジナルエコバックを作ってみませんか?

開催日時・場所: 9月20日(土)13:00~16:00 福祉文化会館 2階 第2集會室

定員: 10名 予約先【締切】: 葉山町環境課 [9月19日(金)17:00] ※先着順

※参加者に事前に用意してもらおう物がありますので、まずはお問い合わせ下さい。

主催: 葉山町 協力: ごみへらし隊 問合せ: 葉山町環境課 TEL: 046-876-1111(内線453)



◆◆持ち込みについて◆◆

※持ち込み受付は14:00まで

一受付一

- ・イベント当日の10:00~14:00の間に、リユース品をご持参のうえ、受付をしてください。(持ち込み禁止品がないかチェックします。)
- ・持ち込んだ品が残った場合も、持ち帰りの必要はありません。
- ※事前受付は出来ません。
- ※なるべく公共交通機関をご利用ください。車で来場する方は役場駐車場をご利用下さい。

一品目一 持ち込み品基本原則 ①使用可能なもの ②破損・汚れ等はないもの

- ×持ち込み禁止品×
- 粗大ごみ ●家電4品目(冷蔵庫・冷凍庫、テレビ、洗濯機・衣類乾燥機、エアコン)
- 電気を使用するもの(アイロン、ドライヤーなどの小型家電)
- ※上記の他に受け付けられない場合もありますので、ご了承ください。

品目	※注意事項※
衣類、服飾雑貨	洗濯済みのもの。毛玉等はできるだけとること。靴下、肌着、布は不可× 服飾雑貨=マフラー、帽子、ネクタイ、ベルト
木	落丁していないもの。ほこり等はできるだけとること。
CD、DVD、ビデオ	著作権侵害にならないもの。個人編集、録音、録画したものは不可×
食器	割れていないもの。
バッグ	スーツケースや1辺50cm以上のものは有料ごみのため持ち込み不可×
靴	靴底がはがれていないこと。カビがはえていないこと。
ぬいぐるみ	目立つ汚れがないもの。1辺50cm以上のものは粗大ごみのため持ち込み不可×
おもちゃ	1辺50cm以上のものは粗大ごみのため持ち込み不可×
その他日用品	衛生管理上支障あるものは不可×(トイレ・お風呂・ペット用品など)

持ち込み禁止品についてもリユースしたいという方は、「ゆずります」「ゆずってください」の情報を登録出来る葉山リサイクル掲示板をご利用ください。

※詳しくは町HPにて。http://www.town.hayama.lg.jp/kurasu/kankyo/hayama\_recycle.html

◆◆持ち帰りについて◆◆

- ・無料でお持ち帰り頂けます。
- ・持ち帰り受付にて、持ち帰り品の計量・アンケートに協力して頂きます。
- ・マイバック持参にご協力お願いします。※レジ袋等の提供はありません。



◆◆ボランティアスタッフ募集◆◆

イベント当日にお手伝いしてくれるボランティアスタッフを募集しています。「午前中だけなら…」「片付けだけなら…」という方でも大歓迎です!まずは環境課までご連絡下さい。

～持ち込みをする方へ～

自分が使った大切なもの。次の持ち主が見つかるように、メッセージを記入のうえ、当日の持ち込み品に貼り付けてご持参ください。

例) もらい物ですが、新品です。

◆◆◆協力事業者◆◆◆

(株) Kurokawa  
 大型古着リサイクル店を全国チェーン展開。買取と販売を行うキングファミリー、低価格販売専門店ちやく3の運営と海外輸出を行う。

## 2. 平成 23～24 年度モデル事業 フォローアップ調査

平成 23～24 年度モデル事業は、「リユース事業者リスト方式」、「交換掲示板方式」、「イベント方式」、「市町村回収後選別方式」の 4 方式を実証した。

リユース事業者リスト方式は、愛知県大府市、大阪府泉大津市、群馬県明和町、東京都世田谷区（平成 23 年度）において、交換掲示板方式は、大阪府泉大津市（平成 24 年度）、イベント方式は東京都町田市（平成 24 年度）において、市町村回収後選別方式は、神奈川県秦野市、京都府綾部市（平成 23 年度）において、モデル事業を実施した。

また、平成 24 年度に愛知県大府市にて、実施した「使用済小型家電における宅配リユース及びリサイクルの可能性検討事業」は、結果的にリユース促進より小型家電のリサイクルに注力する結果となったため、ここでは、フォローアップの結果を、他方式とは別に紹介する。

### 2.1 リユース事業者リスト方式<sup>2</sup>

#### 2.1.1 リユース事業者リスト方式の概要

市町村が、地域内のリユース事業者を選定し、店舗の概要、買取基準、利用方法等を紹介するちらし等を作成、各世帯に配布する。使用しないまま保管されている製品などをごみとして出す前に、リユース事業者の活用を促す。

(具体的な情報・製品の流れ (イメージ))

住民が市町村から配布されたちらし等を閲覧し、リユース事業者へ直接・連絡をする。リユース事業者はリユース品として買取可能な場合は、回収・買取を行い、買取ができない場合には、住民に改めて市町村へ粗大ごみ等処理の連絡を依頼する。

リユース品としての買取方法は、店頭買取（住民が店舗に持参する）、出張買取（リユース事業者が住民宅に訪問する）、宅配買取（製品を宅配便で送る）の 3 つの方法が考えられる。



<sup>2</sup> 実態により即した表記とするため「地域内事業者リスト方式」を「リユース事業者リスト方式」と呼称を変更している。

図表 14 リユース事業者リスト方式のモデル事業の概要（平成 23 年度の実施概要）

	人口・世帯数	モデル事業の概要
愛知県大府市	人口 8.6 万人 3.5 万世帯	【リユース事業者リスト方式】 ・市内・近隣地域に立地するリユース事業者、住民が利用できる宅配型リユース事業者を紹介（12 店舗）。店頭買取、出張買取、宅配買取の状況を実証。
大阪府泉大津市	人口 7.7 万人 3.3 万世帯	【リユース事業者リスト方式+相談窓口設置】 ・市内・近隣地域に立地するリユース事業者を紹介（2 店舗）。店頭買取、出張買取の状況を実証。 ・市に相談窓口を設置し、ちらしを見た住民からの質問・相談等に対応し、適切な利活用を促した。
群馬県明和町	人口 1.2 万人 0.4 万世帯	【リユース事業者リスト方式+相談窓口設置】 ・近隣地域に立地するリユース事業者を紹介（1 店舗）。店頭買取、出張買取の状況を実証。 ・町に相談窓口を設置し、ちらしを見た町民からの質問・相談等に対応し、適切な利活用を促した。
東京都世田谷区	人口 83.9 万人 43.7 万世帯	【リユース事業者リスト方式】 ・区内・近隣地域に立地するリユース事業者、区民が利用できる宅配型リユース事業者を紹介（24 店舗）。店頭買取、出張買取、宅配買取の状況を実証。

### 2.1.2 リユース事業者リスト方式実施地域の動向

平成 23 年度モデル事業を踏まえた、各地域の取組み状況について整理する。リユース事業者リスト方式は、2 地域が継続実施（明和町、世田谷区）、1 地域（泉大津市）が方式を変更して継続、1 地域（大府市）が事業を継続せず、新たなリユース促進に向けた新たな取り組みの実施となっている。

図表 15 モデル事業を踏まえた平成 26 年度の取組状況（リユース事業者リスト方式）

	愛知県大府市	大阪府泉大津市	群馬県明和町	東京都世田谷区
モデル事業の継続状況	継続なし	回収後選別方式に変更	継続して実施中	継続して実施中
変更・改善点	—	粗大ごみ申込時のリユースショップ案内から、回収後選別方式に変更して粗大ごみのリユースを推進	特になし。継続して住民に広報を実施。	業界団体の協力を得て、リストの更新・追加作成は NPO に委託後、リユース事業者情報更新は区が実施

### (1) 愛知県大府市

平成 23 年度のモデル事業の成果・実績を踏まえ、新たな取組として平成 24 年度モデル事業を実施した。平成 26 年度は、平成 24 年度モデル事業の成果を活かして、小型家電リサイクル事業に取り組んでいる。連携しているリネットジャパンは平成 23 年度モデル事業でも連携したリユース事業者である。

### (2) 大阪府泉大津市

平成 23 年度モデル事業として、市内の近隣地域リユースショップ一覧をチラシにして住民に配布し、利用を促す取組みを実施した。事業終了後には、粗大ごみや引越時等の臨時ごみの収集申込の際に電話のオペレーターからリユースショップの案内を行っていたが、住民は申込時にはすでに廃棄する意思が固いことから住民の反応が芳しくなかったために、平成 26 年度から案内は中止している。

以上の経緯を踏まえ、泉大津市では粗大ごみのリユースを回収後選別方式による取組みに変更し、粗大ごみの収集券にリユースに対する意思表示を確認する欄を設け、排出者の同意を得たものでリユース可能なものについては、一部事務組合の泉北環境整備施設組合がピックアップして汚れをふき取るなどし、環境イベント等の参加者に無償提供している。(対象は家具類のみ)

図表 16 リユース確認欄が設けられた泉大津市の粗大ごみ収集券

泉大津市 粗大ごみ収集券

受付No. みほん

●収集の日

月 日

●お名前

本品を再利用しても良い場合はチェックして下さい

泉大津市 500円

№ 220220

### (3) 群馬県明和町

平成 23 年度のモデル事業の成果・実績を踏まえて、平成 24 年度、平成 25 年度、平成 26 年度も継続して事業を実施している。また、今後も継続して実施していく予定である。

明和町の 3R の進め方の方針の 1 つとして、「リユースショップの活用」を位置づけており、年末の大掃除等により粗大ごみの排出が増えることを想定し、広報めいわ 10 月号にて住民に啓発・PR を行っている。

連携先であるオフハウス館林店から毎月の明和町での利用者数の報告を受けており、平成 24 年度は 804 人 (67 人/月)、平成 25 年度は 744 人 (62 人/月)、平成 26 年度は平成 27 年 1 月までの 10 ヶ月の実績で 688 人 (69 人/月) の利用があった。利用者数は安定的に推移している。

**粗大ごみの減量化等にご協力ください**

町では粗大ごみの減量化を図るため、もつたない館・もつたない東館で「小型家電製品」の分別収集を行っています。

また、リユースショップの積極的な活用を推進しておりますので、ごみの減量化にご協力ください。

※「小型家電製品」とは家庭用電化製品です。乾電池や蛍光灯等は外して出してください。

ただし、テレビ・エアコン・冷蔵庫・冷凍庫・パソコンは収集出来ません。

**リユースショップの問合せ先**

オフハウス館林店 館林市近藤町178番地96 ☎76・9009

毎年12月は、大掃除等により粗大ごみの搬入に混雑が予想されます。年末にかけて搬入時期の調整や搬入時には搬入カードの事前記入等計画的な搬入にご協力をお願いします。  
**問合せ先** 環境水道課環境保全係

#### (4) 東京都世田谷区

平成 23 年度のモデル事業での成果を踏まえて、平成 25 年 4 月に「リユースショップ情報」というちらしを作成・印刷した。それ以降は増刷は行わずに、リユースショップの情報更新のみを区が行って、ウェブに掲載して区民への周知を図っている。

また、区民からの問い合わせの際にちらしを活用している。具体的には、引越しの際に「まだ使えるのだが、区で引き取ってくれないか?」「不用品を引き取るサービスを区ではやっていないのか?」といった問い合わせである。このような問い合わせは、以前は区民自身でリユースショップを調べるようにと伝えていたが、ちらしを作って以降はちらしをもとにリユースショップを紹介している。ウェブページの閲覧が難しい方にも、住所や不用品の種類を聞いて、適切なリユースショップを紹介している。

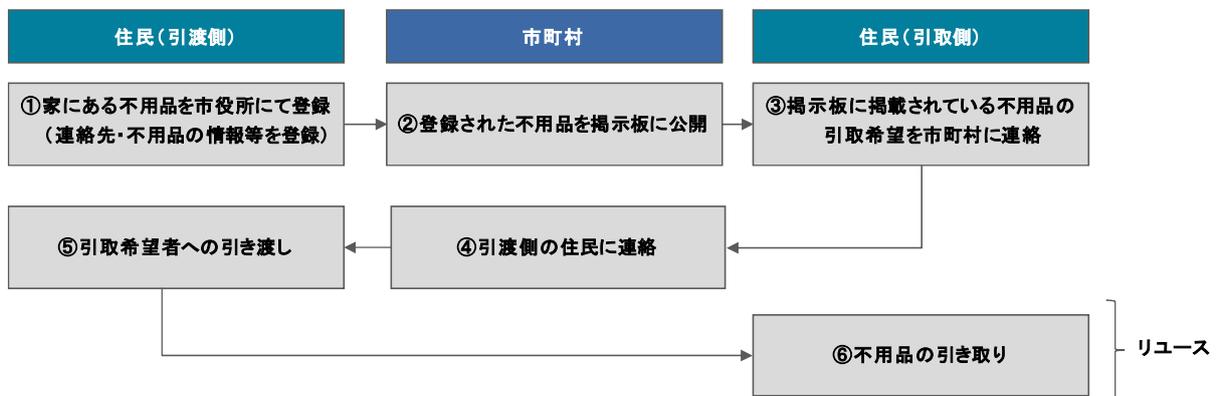
## 2.2 交換掲示板方式

### 2.2.1 交換掲示板方式の概要

市町村が、庁舎等の中にある掲示板またはウェブ上に家庭内に眠っている不用品を登録することで、不用品を譲りたい方と欲しい方を結び付けて、住民同士の不用品の交換を仲介する。

(具体的な情報・製品の流れ (イメージ))

住民が家にある不用品を庁舎等にある掲示板(またはウェブ上)で登録する。登録された不用品は市町村の掲示板に公開され、掲示板を閲覧した住民が必要なものがないか探す。引取を希望する不用品があった場合、住民は市町村へと連絡する。市町村は不用品を登録した住民に引取の希望があった旨を連絡し、住民は希望する引渡方法で、引取を希望した住民へ引き渡す。



図表 17 交換掲示板方式のモデル事業の概要 (平成 24 年度の実施概要)

	人口・世帯数	モデル事業の概要
大阪府泉大津市	人口 7.7 万人 3.3 万世帯	<p>【交換掲示板方式+Yahoo!バザール】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市民団体と協力して、市のホームページと市庁舎内の掲示板に「不用品情報」を掲載。</li> <li>・「不用品情報」を見て、必要な方は市に連絡し、市は引渡のあっせんを行った。</li> <li>・現在はサービスを停止しているが、気軽にリユース品の売買が行える「Yahoo! バザール」の利用を市民に情報提供、リユースを促す事業を同時に実施。</li> </ul>

### 2.2.2 交換掲示板方式実施地域の動向

交換掲示板方式は、平成 24 年度モデル事業として泉大津市が実施しており、継続実施されている。

図表 18 モデル事業を踏まえた平成 26 年度の取組状況（交換掲示板方式）

大阪府泉大津市	
モデル事業の継続状況	継続して実施 平成 24 年度のモデル事業成果を踏まえ、庁舎内の掲示板、市ホームページでの掲示板を継続
変更点・改善点	<ul style="list-style-type: none"> <li>・担当課を従来から庁舎内掲示板を管轄していた秘書広報課に変更。</li> <li>・環境課は広報を実施</li> </ul>

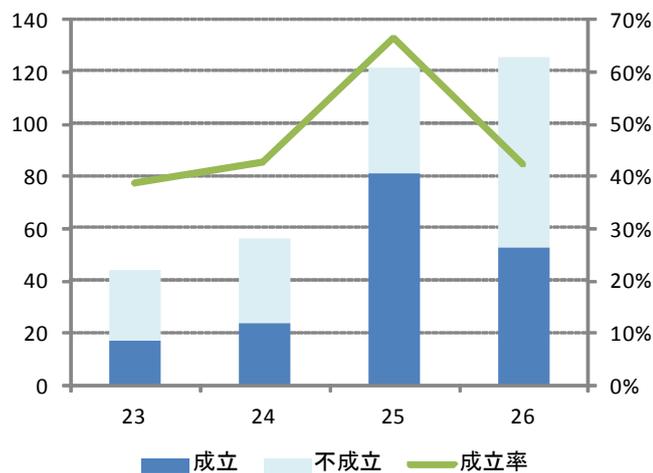
#### (1) 大阪府泉大津市

平成 24 年度モデル事業として、従来から実施していた市庁舎内での不用品交換掲示板を、市ホームページでの閲覧・登録も可能にし、リユースの促進を図った。

平成 26 年度も継続して実施しており、26 年度の登録件数は 126 件、成立件数は 53 件であり（平成 27 年 2 月 20 日現在）、増加傾向にある。（25 年度：登録 122 件、成立 81 件、24 年度：登録 56 件、成立 24 件、23 年度：登録 44 件、成立 17 件）

モデル事業実施時には、環境課が担当課として運用を行っていたが、庁舎内掲示板の担当課であった秘書広報課に運用を移管し、環境課は広報のみを行っている。

図表 19 不用品交換掲示板の利用実績



(注) 26 年度は平成 27 年 2 月 20 日までの実績

## 2.3 イベント方式

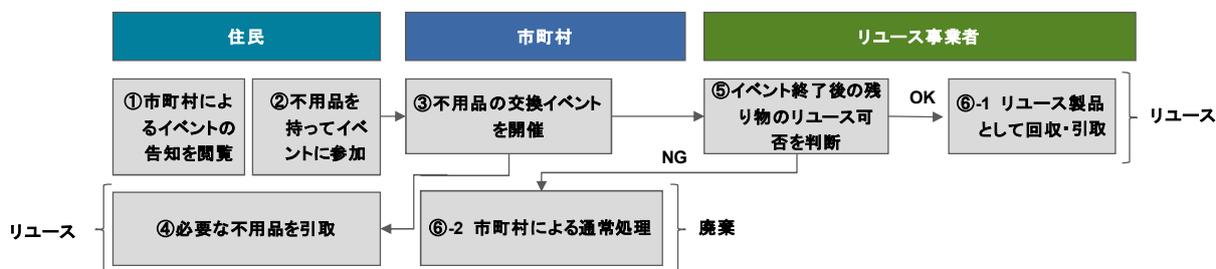
### 2.3.1 イベント方式の概要

市町村が、住民に不用品を持ち寄りを呼び掛け、住民同士で不用品を交換するイベントを開催する。住民同士での不用品を交換することでリユースを促す。

(具体的な情報・製品の流れ (イメージ))

住民が市町村からのイベントの告知等を閲覧し、不用品を持ってイベントに参加する。イベントで、不用品を持ちあった住民同士で不用品を交換して必要な不用品は新たな持ち主に引き取られる。

交換イベントの開催後に残ってしまった不用品は、リユース事業者へリユース製品として回収・引取が可能なものは引き取ってもらい、それ以外は市町村が通常のごみと同様のルートで廃棄する。



図表 20 イベント方式のモデル事業の概要 (平成 24 年度の実施概要)

	人口・世帯数	モデル事業の概要
東京都町田市	人口 42.7 万人 18.8 万世帯	<b>【イベント方式 (市民同士の交換なし)】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・月に 1 回「リユースの日」を設定し、粗大ごみを回収する場所にて市民からのリユース品の引き取りを実施。</li> <li>・リユース可能なものは、リユース事業者が引き取る。</li> <li>・市民はリユース可能と判断された場合、無償で引き渡すことができる。(リユース不可の場合でも粗大ごみとして処理し、再度の持ち込みは不要)。</li> </ul>

### 2.3.2 イベント方式実施地域の動向

平成 24 年度のモデル事業で町田市がイベント方式を実施した。同市では、実施方法を一部変更し、継続して事業を行っている。

図表 21 モデル事業を踏まえた平成 26 年度の取組状況（イベント方式）

東京都町田市	
モデル事業の継続状況	継続して実施 市民同士の不用品交換を目的としたフリーマーケットを年に 5 回開催。 1 回あたり 1500 人～2000 人が来場
変更点・改善点	・エコライフ推進公社が主体となって実施 ・リユース事業者との連携は廃止し、残った物は出品者が持ち帰り

#### (1) 東京都町田市

「リユースの日」は同様の形では継続していないが、エコライフ推進公社でまちエコフリーマーケットを実施している。

年に 5 回（4, 5, 6, 11, 12 月の第 1 日曜日）実施しており、1 回平均最大出店数の 150 店舗のうち 8 割くらいが埋まっている。来場者は、1 回あたり平均して 1500~2000 人程度で、毎回到ぎわっている。

当日の販売・交換で残ったものは原則出店者が持ち帰ることになっているが、市のクリーンセンターに併設するリユースショップ（NPO が運営）での引取りを合わせて案内しており、リユース事業者との連携は特に行っていない。

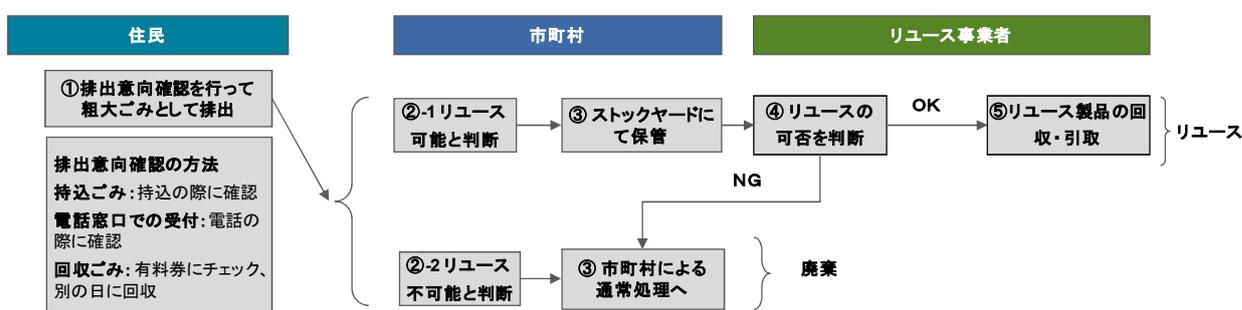
## 2.4 市町村回収後選別方式

### 2.4.1 市町村回収後選別方式の概要

市町村が粗大ごみ等として回収した物について、リユース事業者が市町村のストックヤード等で検品し、リユース品として買い取りできると判断したものを市町村から買い取る。

(具体的な情報・製品の流れ (イメージ))

住民から「リユースしてもよい」との意向を確認できた粗大ごみ等のうち、市町村がリユース可能と考えられるものを選別・ストックヤードで一時保管する。保管したもののうち、リユース事業者がリユース可能だと判断した製品を回収・引取る。リユース不可と判断された製品は通常の粗大ごみ等の処理を行う。



図表 22 回収後選別方式のモデル事業の概要 (平成 23 年度の実施概要)

	人口・世帯数	モデル事業の概要
神奈川県秦野市	人口 17.0 万人 7.0 万世帯	<b>【市町村回収後選別方式 (自己搬入)】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・住民から自己搬入された粗大ごみのうち、リユース品として買取可能性があるものを担当者が一次選別し、保管。</li> <li>・一次選別された製品を、リユース事業者が査定し、リユース品として買取できるものを市から購入。</li> <li>・リユースに対する意向は、自己搬入粗大ごみの受付時に、リユース同意書へ署名してもらうことで確認。</li> </ul>
京都府綾部市	人口 3.6 万人 1.4 万世帯	<b>【市町村回収後選別方式 (戸別収集+自己搬入)】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・戸別収集する粗大ごみ等、住民から自己搬入された粗大ごみ等の中から、リユース品として買取可能性があるものを担当者が一次選別し、保管。</li> <li>・一次選別された製品を、リユース事業者が査定し、リユース品として買取できるものを市から購入。</li> <li>・戸別収集は排出する住民立ち会いのもと実施されるため、リユースに対する意向は収集時に確認。</li> </ul>

## 2.4.2 市町村回収後選別方式実施地域の動向

平成 23 年度モデル事業を踏まえた、各地域の取組み状況について整理する。市町村回収後選別方式は、いずれの地域（秦野市、綾部市）も継続して事業を行っている。

図表 23 モデル事業を踏まえた平成 24 年度の取組状況（リユース事業者リスト方式）

	神奈川県秦野市	京都府綾部市
モデル事業の継続状況	継続して実施 平成 23 年度モデル事業で一定の効果が得られたため、平成 26 年度も継続して実施	継続して実施 平成 23 年度モデル事業で一定の効果が得られたため、平成 25 年度まで実施。平成 26 年 4 月以降は休止中。
変更点・改善点	平成 24 年度に以下の点を改善 ・リユース承諾書の書式変更 ・専用ストックヤードの設置	-

### (1) 神奈川県秦野市

平成 23 年度のモデル事業の成果・実績を踏まえて、平成 24 年度、平成 25 年度、平成 26 年度も継続してリユース事業者と連携した事業を実施している。今後も継続して実施していく予定である。

持ち込まれた粗大ごみからリユース可能と思われる製品を選別し、3 ヶ月に 1 回の頻度でリユース事業者（オフハウス秦野店）に販売・引渡を行っている。平成 24 年度において、「リユース品専用のストックヤードの設置」、「リユース同意書の改良（粗大ごみ申込書と一体化させ複写式）」を改善・改良しており、平成 26 年度も継続して実施している。

持ち込まれた粗大ごみからリユース可能と思われる製品を、秦野市の清掃事業所において一次選別を行うが、リユース事業者が買い取れなかった製品の情報を、作業員の方へ継続してフィードバックを行ったことで、一次保管する精度が上がってきており、一次保管した製品の大部分をリユース事業者に買取ってもらえている。効率的な一次保管・買取ができていく。

#### (リユースの実績)

モデル事業で実施した平成 23 年度（12 月～2 月末）、平成 24 年度、平成 25 年度、平成 26 年度（12 月末まで）のリユースの実績を整理する。期間計で 1,003 点のストックを行い、うち 935 点を 137,810 円でリユース事業者売却をしている。

平成 26 年度は、6 月、9 月、12 月の 3 回買取りを実施しており、ストック数 197 点、うち 191 点を 26,300 円で売却している。買取不可の割合は減少傾向にあり、効率的な一次保管・買取ができていくことが伺える。

図表 24 平成 23～26 年度のリユース実績（秦野市）

	買取日	ストック数	買取数	買取額	買取不可数
1	平成23年度 (12, 1, 2月)	61点	42点	8,300円	19点
2	平成24年度 (4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 1月)	432点	398点	47,020円	34点
3	平成25年度 (4, 8, 11, 1, 3月)	313点	304点	56,190円	9点
4	平成26年度 (6, 9, 12月)	197点	191点	26,300円	6点
	合計	1,003点	935点	137,810円	68点

※平成 26 年度は 12 月までの実績。オフハウス秦野店の買取りがあった時期を基準に集計している。

図表 25 平成 26 年度のリユース実績（詳細）（秦野市）

	買取日	ストック数	買取数	買取られたもの	買取額	買取不可数	買取られなかったもの
1	平成26年 6月27日	58点	54点	ソファ、座椅子、座卓、ドレッサー、テーブル、電話台、ハンガーラック、テレビ台、スタンドミラー、椅子、事務机、カウンター、車椅子、ギター、衣装ケース、ベビーおもちゃ	10,500円	4点	ベビーチェア、ベビーベッド、金網のフェンス
2	平成26年 9月30日	73点	72点	テレビボード、籐椅子、籐テーブル、5段ケース、コンボ、クリアケース3段、椅子、CDラック、テーブル、食器棚、ついたて、クリアケース1段、ハンガーポール、カラーボックス、引き出し、引きタンス、ミラー、ごみ箱、小テーブル、バッグ、時計、キーボード、インテリア、ギター	12,250円	1点	クリアケース（不良品）
3	平成26年 12月17日	66点	65点	クリアケース、ソファ、テーブル、ラック、ベビーカー、遊具、楽器、キャリーバッグ、マルチラック、パラソルほか	4,000円	1点	鳥かご
	合計	197点	191点		26,750円	6点	

## (2) 京都府綾部市

平成 23 年度のモデル事業の成果・実績を踏まえて、平成 24 年度・平成 25 年度も継続してリユース事業者と連携した事業を実施していた。モデル事業終了後、平成 24 年 4 月以降も持ち込まれた粗大ごみからリユース可能と思われる製品を選別し、月 1 回～2 か月に 1 回程度の頻度でリユース事業者（ハードオフ福知山駅南町店）に販売・引渡を行っていた。

平成 26 年度に入ってから、取引自体は一回実施したが、環境保全課の職員数減により、リユース品の仕分けを実施する人員が確保できず、回収したリユース可能な小型家電製品等は全てリサイクルに回している。

綾部市のクリーンセンター内でリユース品を見分ける体制を整えば、継続してリユース事業者にリユース品を供給したいと考えている。

### (リユースの実績)

平成 26 年度の実績について、リユース事業者が買取りしたものは 12 点、1,050 円となっている。綾部市が一時保管した製品のうちリユース事業者が買取できなかった製品はほとんどない。リユース事業者に買取された品目は、ほとんどがラジカセ、ビデオデッキ、スピーカー等のオーディオ類である。

図表 26 平成 26 年度リユースの実績（綾部市）

	個数	売却金額
4 月	12 個	1,050 円
合計	12 個	1,050 円

※平成 26 年 4 月以降休止中

## 2.5 「使用済小型家電における宅配リユース及びリサイクル可能性検討事業」について

愛知県大府市は平成 24 年度のモデル事業として、宅配リユース事業者であるネットオフ株式会社（現リネットジャパン株式会社）の宅配リユース事業の回収ルートにて小型家電対象 96 品目を回収した。回収した小型家電はリユース可能なものはリユース品として宅配リユース事業者が買取し、リユース不可なものは再資源化業者がリサイクルした。

市民にとって利便性が高く 862 件の申し込みがあった。一方で、リユースの成約件数が 4 件と少なかった。リユース品の掘り起こしが今後の課題であるということが分かった。

現在は、リユースモデル事業の成果も踏まえて、小型家電のリサイクル事業に取り組んでいる。また、モデル事業で連携し、小型家電リサイクルの宅配サービスを手掛けているリネットジャパン株式会社とは 2014 年 6 月に「使用済小型家電回収事業における連携・協力に関する協定」を締結した。これは広報・普及啓発における協力やお互いの回収量の共有等の協力を行うための協定であり、小型家電リサイクル事業を協力して実施しているところである。

## II. 市町村による使用済製品等のリユース取組促進のための手引き（案）

# 市町村による使用済製品等のリユース取組促進 のための手引き（仮称）

平成 27 年●月

環境省大臣官房廃棄物リサイクル対策部

企画課リサイクル推進室

## 0. はじめに

使用済製品の3R（リデュース・リユース・リサイクル）のうち、リサイクルについては、特定家庭用機器再商品化法や資源の有効な利用の促進に関する法律に基づき、一定程度進展しつつありますが、製品の適正な継続使用の促進を通じた廃棄物の減量化（リデュース、リユース）については、より一層の促進が必要です。

第三次循環型社会形成推進基本計画においても、リサイクルより優先順位の高い2R（リデュース・リユース）の取組がより進む社会経済システムの構築が必要とされており、特に、リユースについては主要な循環産業の一つとして位置づけ、リユース品が広く活用されるとともに、リユースに係る健全なビジネス市場の形成につながるよう取組を進めていくことが求められています。

平成22年度から環境省「使用済製品等のリユース促進事業研究会」（以下、研究会）を開催し、環境保全上の効果の点からも推進していくことが望ましいリユースに関する様々な取組の活性化を図るため、調査・検討、事業を推進してきました。また、研究会では使用済製品等のリユースの更なる促進のためには、リユースユーザー（リユース品の排出・流通の促進、リユース品の利用・購入の促進のいずれも）を増やしていくことが必要であるとの指摘があります。

本資料は、研究会での成果を踏まえ、リユース促進のうち、リユース品の排出・流通の促進の面に注目し、家庭から排出される使用済製品のリユースを推進しようとする市町村の担当者に向けて作成したものです。（リユース品の利用・購入の促進の面では、市町村によるリユース品の積極的な活用等、本資料では紹介されていない取組も考えられます）

平成23年度から平成26年度にかけて実施した「市町村とリユース業者との連携によるリユースのモデル事業」の成果を踏まえて、他の市町村への展開・波及のために、モデル事業の概要、実施・展開する際のポイント・留意すべき点などについて整理を行っています。家庭から排出される使用済製品のリユース促進に向けて、具体的な取組を開始しようとする方の一助となることを期待しています。

平成27年●月  
環境省大臣官房廃棄物・リサイクル対策部  
企画課リサイクル推進室

## 《目次》

0. はじめに.....	手引き-2
1. 市町村におけるリユースの取組の動向について.....	手引き-4
1.1 市町村で使用済製品等のリユースに取り組む意義・期待される効果.....	4
1.2 市町村におけるリユースの取組状況.....	7
1.3 市町村におけるリユースの取組事例.....	11
2. 市町村におけるリユースの取組方法.....	手引き-14
2.1 リユース事業者リスト方式.....	14
2.2 交換掲示板方式.....	15
2.3 イベント方式.....	16
2.4 常設交換方式.....	17
2.5 リユース品回収方式.....	18
2.6 市町村回収後選別方式.....	19
3. 人口規模の小さい自治体向けのポイント.....	手引き-20
4. 各取組の実施手順と留意点.....	手引き-22
4.1 リユース事業者リスト方式.....	22
4.2 交換掲示板方式.....	27
4.3 イベント方式.....	35
4.4 常設交換方式.....	41
4.5 リユース品回収方式.....	46
4.6 市町村回収後選別方式.....	51
5. 各方式の取組に必要なコストに関する整理.....	手引き-56
5.1 すべての方式に関連するコスト.....	56
5.2 交換掲示板方式に関連するコスト.....	57
5.3 イベント方式に関連するコスト.....	57
5.4 常設交換方式に関連するコスト.....	58
5.5 リユース品回収方式に関連するコスト等.....	58
5.6 市町村回収後選別方式に関連するコスト.....	60
6. 参考資料（URL）.....	手引き-61

## 1. 市町村におけるリユースの取組の動向について

### 1.1 市町村で使用済製品等のリユースに取り組む意義・期待される効果

#### (1) 第三次循環基本計画「2Rの取組がより進む社会経済システムの構築」の推進

第四次環境基本計画（平成24年4月27日閣議決定）において、循環型社会形成に関連した重点的取組事項の1つに「2Rを重視したライフスタイルの変革」が記載されており、リサイクルより優先順位の高い2R（リデュース（発生抑制）・リユース（再使用））の取組を促進していくことが求められています。

また、第四次環境基本計画に基づき策定された第三次循環型社会形成推進基本計画（平成25年5月31日閣議決定）において国内における取組の1つとして「2Rの取組がより進む社会経済システムの構築」が掲げられています。

市町村（一部事務組合含む）においても、住民にもっとも近い行政の立場から、地域における循環型社会の構築に向けて、リユースを推進していくことが望まれています。

加えて、市町村が策定する一般廃棄物処理基本計画や循環型社会形成推進基本計画などの計画の中に、「リユース」に関する記述や位置づけを盛り込んでいくことが市町村の取組を推進していく上では、大切であると考えられます。

#### (2) 廃棄物処分量の削減・最終処分場の延命化等の効果

##### 1) 廃棄物処分量の削減・最終処分場の延命化の効果

市町村が収集する粗大ごみ等をサンプル調査した結果、1～2割程度のものは、まだ中古品として利用可能であったという調査結果<sup>3</sup>があります。これらをリユース品として有効活用することは廃棄物処分量の削減に繋がることが期待されます。

また、使用済製品のリユースを推進することで、一般にはその製品の長期使用・長寿命化に繋がります。例えば、家具類（3品目で調査）で0.2～3.4年使用年数が伸びているという調査結果<sup>4</sup>が得られています。リユースしても、いつかは廃棄物として排出されることとなりますが、製品あたりの使用年数が長くなることで廃棄物の発生量は減少することとなります。

地域ごとに状況は異なることが想定されますが、家庭から排出される使用済製品等のリユースを促進することは、廃棄物の発生量・処分量の削減に繋がり、廃棄物の収集運搬・処理費用等の低減、最終処分場の延命化にも繋がることが期待されます。

##### 2) 不法投棄等の未然防止・削減効果

家庭で使わなくなった製品の排出方法について、リユースという選択肢を提供・情報発信することで、住民サービスの充実とともに、不法投棄等の防止・削減にも寄与することが期待されます。

<sup>3</sup> 環境省「平成22年度使用済製品等のリユース促進事業研究会報告書」（p108～137）

<sup>4</sup> 環境省「同報告書」（p27～66）

### 3) 市町村の廃棄物関連施策の費用削減の効果

リユース促進によって、廃棄物処分量の削減・最終処分場の延命化、不法投棄等の防止等の効果が得られることで、それに伴う費用削減も期待されます。また、リユース品を販売等する場合には、その売却収入は市町村の収入となります。

新たな取組となる場合には、費用がかかり予算化も必要となりますが、既存の地域資源・リソース（建物・施設、職員、地域のリユース業者、市民団体等とのネットワークなど）と上手く連携することで、市町村の費用を抑える形での実施が可能となります。

### (3) 低炭素社会構築・地球温暖化防止への貢献

使用済製品のリユースを推進することで、一般にはその製品の長期使用・長寿命化に繋がり、これは温室効果ガス排出量の削減にも繋がります。

使用時にエネルギーを消費する電気電子製品については、省エネ性能の向上によって、一部温室効果ガス排出量の削減に繋がらないケースも考えられますが、製品のライフサイクルで考えると、使用年数が長くなることによって新たに製品を製造するための原料採掘～輸送～製造～流通及び廃棄時に排出される温室効果ガス排出量の削減に繋がります<sup>5</sup>。

製品ごとに効果は異なりますが、使用済製品等のリユースを促進することは、廃棄物の発生量・処分量の低減に繋がり、同時に温室効果ガス排出量の削減にも寄与することが期待されます。

### (4) 住民の参加・理解を得やすい3R推進施策

リユースは、住民に対して分かりやすいメリットを提供できる3R施策との意見があります。要らない製品を他の人に使ってもらえる、売却することによって収入が得られる、欲しい製品を手に入れられるなど、住民にとって分かりやすいメリットがあります。

ある自治体からは「従来の廃棄物・3Rイベントや講演会では参加してくれなかった人たちが、リユースのイベント・講演会だと参加してくれた」、「他の施策に比べて、継続を要望する声が多い」といった意見があり、リユースを機会に、他の廃棄物・3R施策に関する情報提供を通じて従来とは違う年代・属性の住民の方への啓発も期待されます。

<sup>5</sup> 環境省「同報告書」（p27～66）

#### (5) 地域におけるリユース促進を通じて得られる多面的な効果<sup>6</sup>。

環境負荷低減（廃棄物発生量・処分量の削減、温室効果ガス排出量の削減）の効果以外にも、家庭から排出される使用済製品のリユース促進を図ることで、地域社会に好影響を及ぼすことが期待されます。モデル事業などを実施した市町村から、リユース促進による効果として以下のようなこと例が挙げられています。

##### 1) 住民同士の交流促進、地域活動の活性化効果

使用済製品等のリユースをきっかけに、住民同士での交流促進が期待されます。例えば、リユースイベント、フリーマーケット、不用品掲示板など、住民同士で製品を持ち寄り、受け取るような機会において、住民同士でのコミュニケーションが発生し、地域交流の活性化も期待されます。

また、リユース推進に向けて、地域の市民団体やNPO団体などと連携することで、地域活動の活性化も期待されます。

##### 2) 住民サービスの充実

使用済製品等のリユースを促進することで、安価（または無償）にリユース品を手にすることが出来るようになります。今まで新品では手に入れることが難しかった製品をリユース品として引き取ることで、住民サービスの充実に繋がるのが期待されます。

##### 3) リユース事業に関わる新たな雇用創出効果

リユースを促進することにより、新たな雇用創出が期待されます。例えば、リユース品の回収、修理・修繕、販売など、新たな担い手が必要となります。モデル事業などを実施した市町村では、ボランティア団体やシルバー人材センターなどと連携して実施している例があります。

##### 4) 市町村の保有する施設・土地等の有効活用

市町村が保有する施設・土地については、既に有効活用に向けての様々な取組が行われているところではありますが、保有する施設・土地等で十分に活用できていなかった施設でリユース事業を実践することで更なる有効活用に繋がることも期待されます。施設全体でなくとも、既存施設の一角で、使用されていなかった場所等を有効活用した取組などが期待されます。

どのような効果が得られるか、得ようとするかは、各地域の状況によって異なると思われますが、リユースを促進することによって地域に様々な効果が得られることが期待されます。

<sup>6</sup> 環境省「同報告書」（p138）をもとに再整理

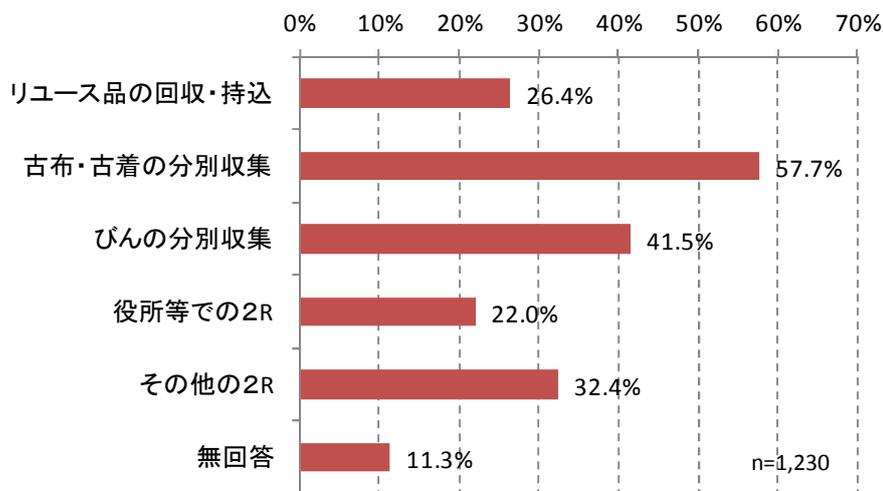
## 1.2 市町村におけるリユースの取組状況

先に示したように、今後の更なる取組の促進が期待されているリユースですが、現在の市町村におけるリユースの取組状況を平成 26 年度に環境省が実施したアンケートの内容をもとに整理しました。

### (1) 市町村における 2 R 活動の状況

アンケートの回答のあった全国の 1,230 の自治体の 2 R 活動の取組状況は、「古布・古着の分別収集」が 57.7%と最も多く、次いで、びんが破碎しないように自治体が収集し、リユース可能なびんをリユースする「びんの分別収集」が 41.5%でした。また、収集した粗大ごみからのピックアップ、リユースを前提とした収集または、リユース品の住民の持ち込みなどによるリユースといった「リユース品の回収・持ち込み」が 26.4%を占めており、4分の1程度の自治体が使用済製品のリユースに取り組んでいます。

図表 27 市町村における 2 R 活動の取組状況



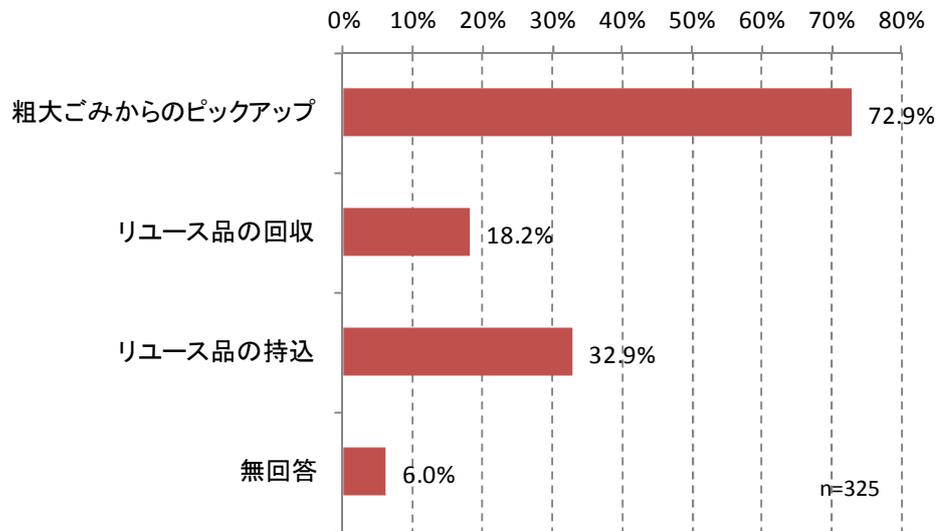
(出所)「平成 25 年度総合的な 2 R システムの構築に向けた調査・検討業務報告書」(環境省)より作成

### (2) 市町村におけるリユース品の回収の方法

(1)の問いにて、「リユース品の回収・持ち込み」と回答した 325 の市町村におけるリユース品の回収の方法は、「粗大ごみからのピックアップ」が 72.9%と最も多く、次いで「リユース品の住民による持ち込み」が 32.9%、「リユース品を住民から連絡を受けて回収」が 18.2%となっています。

多くの自治体が粗大ごみからのピックアップを行うとともに、住民からの持ち込みも受けている市町村が多くなっています。

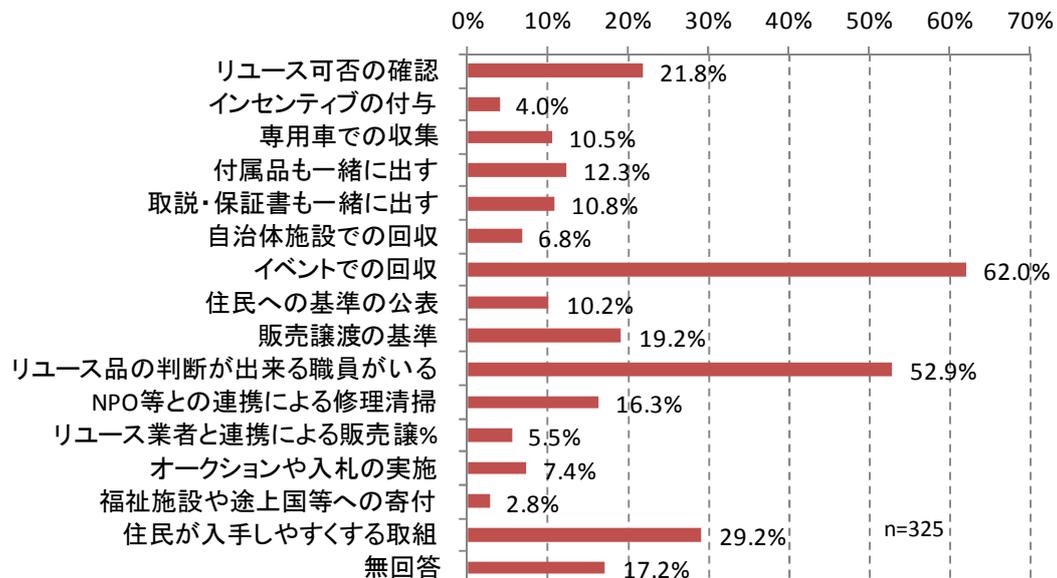
図表 28 市町村におけるリユース品の回収の方法



(出所)「平成 25 年度総合的な 2 R システムの構築に向けた調査・検討業務報告書」(環境省) より作成

また、リユース品の回収と合わせて取り組んでいる事項として、「イベントでの回収」が最も多く 62.0%、次いで「リユース品の判断出来る職員がいる」が 52.9%となっています。

図表 29 リユース品の回収と合わせて実施している事項



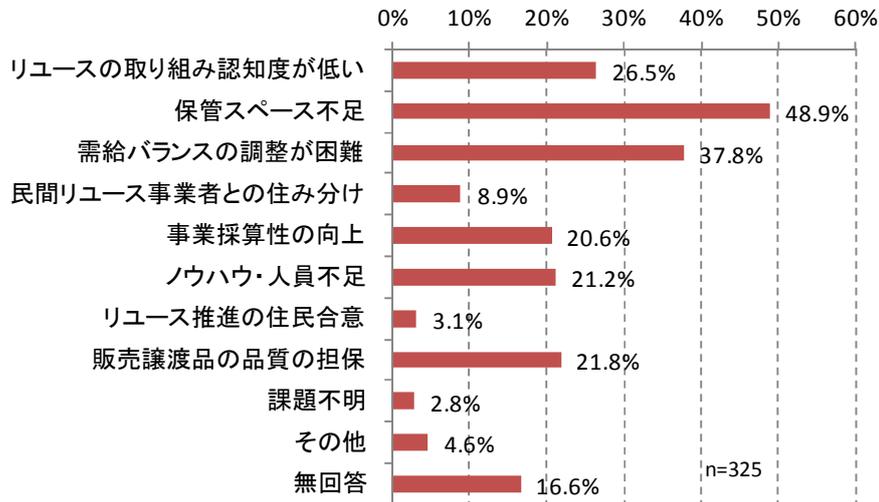
(出所)「平成 25 年度総合的な 2 R システムの構築に向けた調査・検討業務報告書」(環境省) より作成

### (3) 市町村におけるリユース品の回収にあたっての課題・問題点

リユース品の回収にあたっての課題・問題点としては、「保管スペースの不足」が 48.9%と最も多く、次いで、「需給バランスの調整が困難」が 37.8%となっています。

リユース品として回収して、住民に引き渡す場合には、その保管場所や住民のニーズに合致したリユース品の収集が課題となっていると考えられます。

図表 30 リユース品の回収を実施するにあたっての課題・問題点

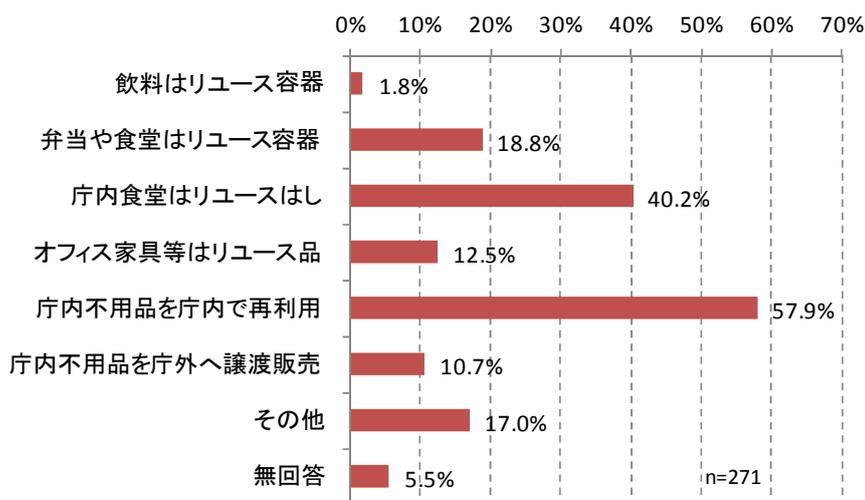


(出所)「平成 25 年度総合的な 2 R システムの構築に向けた調査・検討業務報告書」(環境省)より作成

### (参考) 役所等での 2 R 活動

役所等での 2 R 活動について、お伺いしたところ、活動を行っていると回答した 271 の市町村のうち、「庁内不用品を庁内で再利用」が 57.9%と最も多く、次いで、「リユースはし」の利用となっています。

図表 31 役所等での 2 R 活動



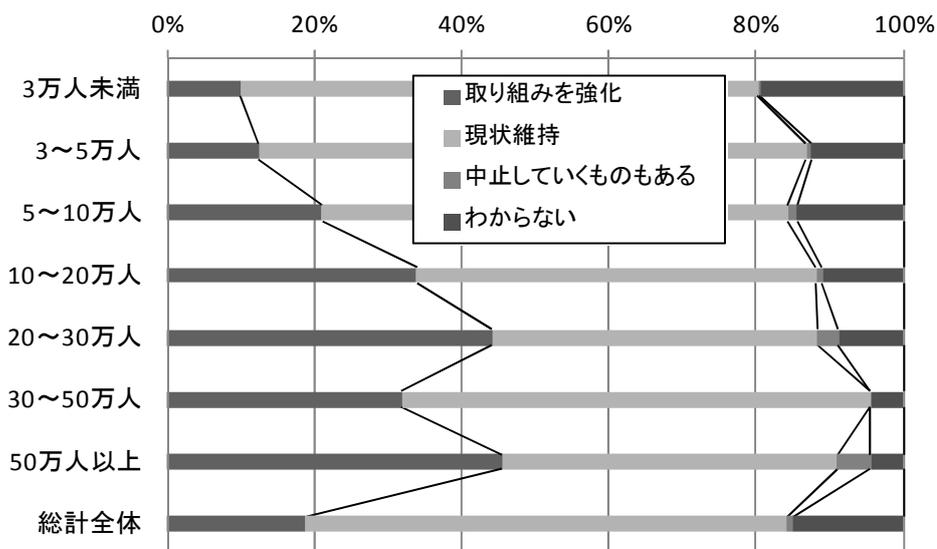
(出所)「平成 25 年度総合的な 2 R システムの構築に向けた調査・検討業務報告書」(環境省)より作成

#### （4）今後の2 R活動の取組意向

今後の2 R活動の取組意向については、全体で見ると「取組みを強化」が18.9%、「現状維持」が65.3%、「中止していくものもある」が0.9%、「わからない」が15.0%となっています。

人口規模別にみると、「取組みを強化」と回答した割合が人口規模の小さい自治体より大きな自治体の方が高い傾向にあります。

図表 32 今後の2 R活動の取組意向



（出所）「平成25年度総合的な2 Rシステムの構築に向けた調査・検討業務報告書」（環境省）より作成

#### （5）今後の更なる取組の促進に向けて

以上のように、4分の1程度の自治体が「リユース品の回収・持ち込み」という形で、使用済製品等のリユースに取り組んでいます。一方で、「保管スペースの不足」、「需給のバランスの調整が困難」といった課題も明らかになりました。

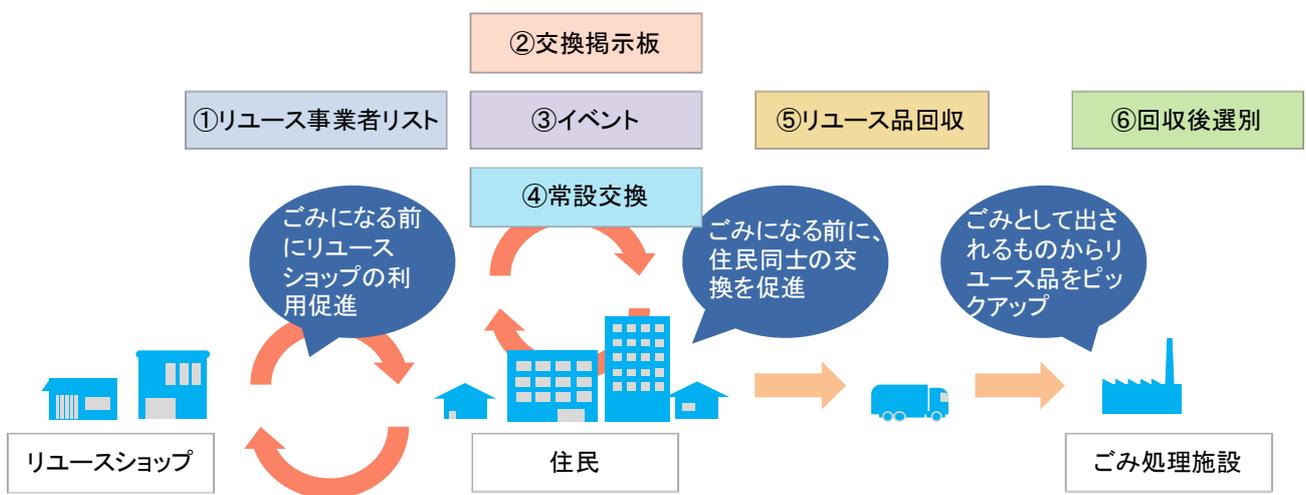
次のページより紹介する「市町村におけるリユースの取組事例」と「市町村におけるリユースの取組方法の紹介」の内容は、4分の3の使用済製品等のリユースを実施していない市町村にとって参考となることはもちろん、既に取り組んでいる市町村にとっても、「保管スペースの不足」や「需給のバランスの調整が困難」といった課題の解決に繋がるヒントとなっています。

### 1.3 市町村におけるリユースの取組事例

#### (1) 市町村における取組事例の概要

全国では、リユースに関連した取組を行っている市町村の事例が多くあります。

それらの取組を住民からの「もの」の流れに沿って整理すると、リユース業者を紹介するちらし等を作成して、住民にリユースショップの利用を促す「①リユース事業者リスト方式」、ウェブやリアルに掲示板で住民同士の不用品交換を促す「②交換掲示板方式」、住民同士の不用品交換を行うイベントを行う「③イベント方式」、常設スペースで住民同士の不用品交換を行う「④常設交換方式」、リユース品を市町村が回収してリユースする「⑤リユース品回収方式」、回収した粗大ごみ等からリユース出来るものを選別してリユースする「⑥回収後選別方式」の6つの取組に大きく分けることができます。



それぞれの方式の概要と詳細な実施手順・コストについては、14ページ以降に紹介を行います。メリットや実施するための要件をご参考に、ご関心のある掲載ページをご覧ください。

#### <本手引きで紹介する取組のメリット・実施するための要件>

方式	メリット	実施するための要件	参照
①リユース事業者リスト	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域内のリユース産業育成に繋がる</li> <li>追加的なスペースや人員を必要としない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業に協力的なリユース業者が存在</li> <li>印刷・配布には予算確保が出来る</li> </ul>	【概要】 p 14 【詳細】 p 22～
②交換掲示板	<ul style="list-style-type: none"> <li>住民同士の交流に繋がる</li> <li>環境意識向上に繋がる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ホームページで掲示板を設置するためには予算確保が出来る</li> <li>掲示板利用率向上のため、継続的な広報が必要</li> </ul>	【概要】 p 15 【詳細】 p 27～
③イベント	<ul style="list-style-type: none"> <li>住民団体の活動の活性化に繋がる</li> <li>住民同士の交流に繋がる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>イベント運営スタッフが確保できる (住民団体等のボランティアなど)</li> </ul>	【概要】 p 16 【詳細】 p 35～

方式	メリット	実施するための要件	参照
④常設交換	<ul style="list-style-type: none"> <li>・住民同士の交流に繋がる</li> <li>・常設スペースの有効活用に繋がる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・常設交換に使用できるスペースが確保できる</li> <li>・運営スタッフが確保できる</li> </ul>	【概要】 p 17 【詳細】 p 41～
⑤リユース品回収	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ごみ処理量の削減に直接的に繋がる</li> <li>・売却収入を得ることが出来る</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・粗大ごみ等の回収・受け入れを市町村または委託事業者が行っている</li> <li>・回収体制の構築ができる</li> </ul>	【概要】 p 18 【詳細】 p 46～
⑥市町村回収後選別	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ごみ処理量の削減に直接的に繋がる</li> <li>・売却収入を得ることが出来る</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・粗大ごみ等の回収・受け入れを市町村または委託事業者が行っている</li> <li>・ストックヤードの確保ができる</li> </ul>	【概要】 p 19 【詳細】 p 51～

## (2) リユース業者との連携について

また、平成 23 年～26 年度にリユース業者や市民団体・NPO 等と連携して実施するモデル事業を実施しました。市町村とリユース業者が連携することは、図表 33 のように市町村における使用済製品のリユース推進時の課題・問題点をカバーできる可能性があります。

図表 33 市町村における使用済製品等のリユース推進時の課題・問題点と  
リユース業者との連携による効果（例）<sup>7</sup>

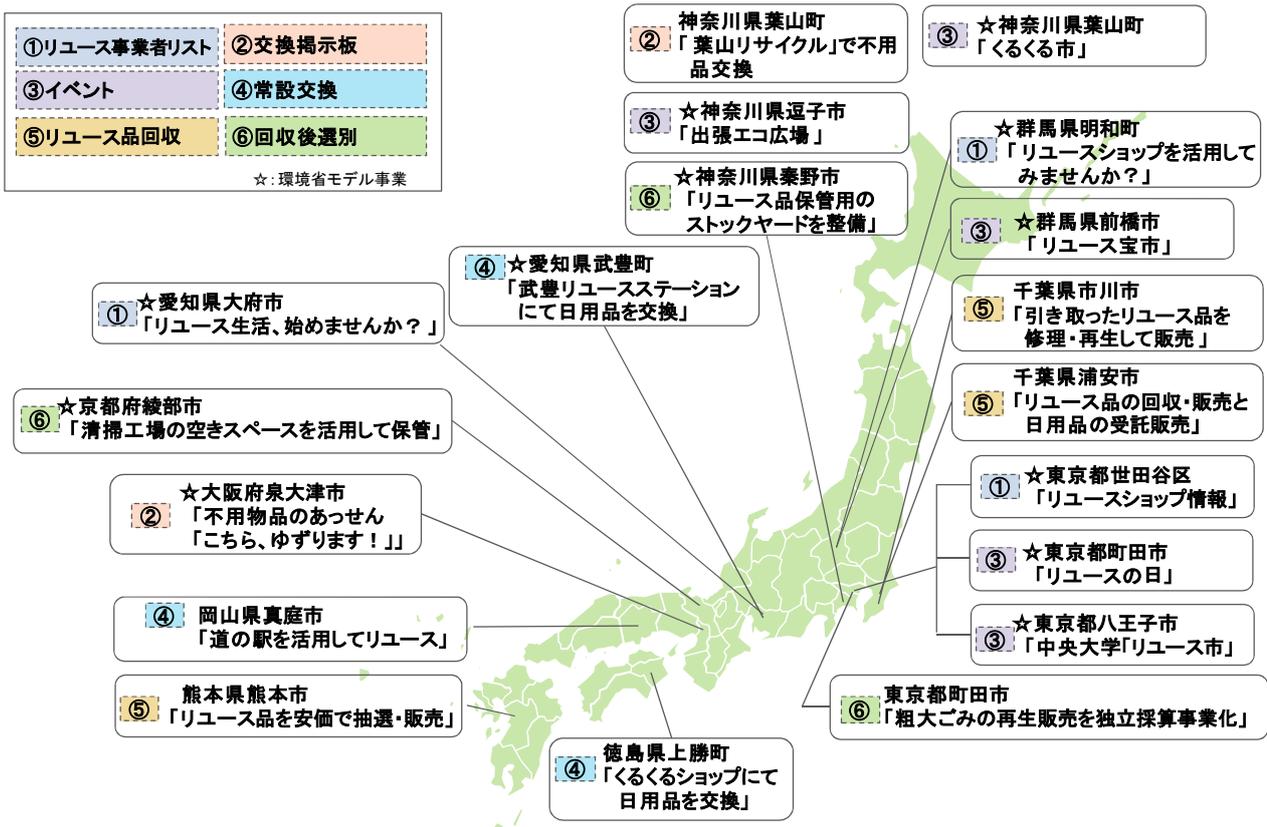
リユース推進時の課題・問題点	リユース業者との連携による効果（例）
保管スペースの不足	リユース業者に定期的に不用品を引き渡すことで保管スペースを一定程度に抑えることが出来る
リユース品の需給バランスの調整が難しい	リユース業者が販売を行うことで、市町村を超えた広域の流通・販路を用いて、需給バランスの調整が可能となる
収益構造の改善	リユース業者にリユースの取組を委託することでのコストカットや、リユース品のより高い販路の開拓などが可能となる
ノウハウ・人員の不足	リユースの取組をリユース業者が行うことで、リユース業者のノウハウや人員を補うことが出来る
排出者のリユース意向確認が難しい	リユース業者が住民から引取を直接行う場合は、排出者へのリユース意向確認が不要となる
製品の品質保証が出来ない	リユース業者が販売を行うことで、他の取扱い製品と同様に品質保証を行ることが可能となる

<sup>7</sup>環境省「平成 23 年度使用済製品等のリユース促進事業研究会報告書」（p4）をもとに整理

(3) 使用済製品等のリユース取組事例マップ

平成 23 年～26 年度に実施したモデル事業（p.61）と「リデュース・リユース取組事例集」（p.62）に掲載された市町村などからピックアップして「使用済製品等のリユース取組事例マップ」として整理しました。

<使用済製品等のリユース取組事例マップ>



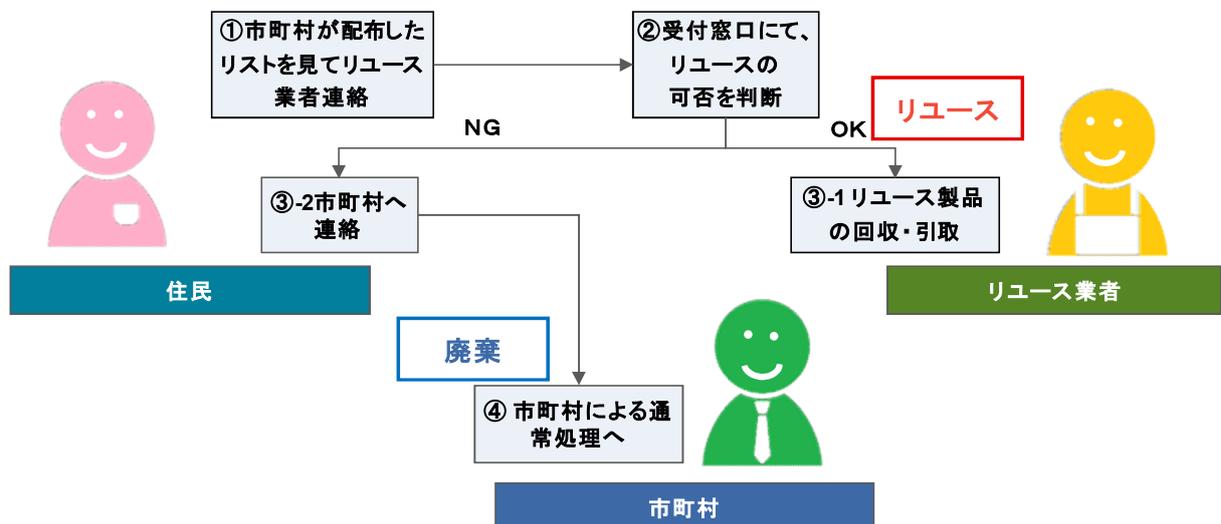
## 2. 市町村におけるリユースの取組方法

### 2.1 リユース事業者リスト方式

市町村が、地域内のリユース業者を選定し、店舗の概要、買取基準、利用方法等を紹介するちらし等を作成、各世帯に配布します。使用しないまま保管されている製品などをごみとして出す前に、リユース業者の活用を促します。

具体的な情報・製品の流れとしては、住民が市町村から配布されたちらし等を閲覧し、リユース業者へ直接・連絡をします。リユース業者はリユース品として買取可能な場合は、回収・引取を行い、買取ができない場合には、住民が改めて市町村へ粗大ごみ等の処理を依頼します。リユース品としての買取方法は、店頭買取（住民が店舗に持参する）、出張買取（リユース業者が住民宅に訪問する）、宅配買取（製品を宅配便で送る）の3つの方法が考えられます。

#### <リユース事業者リスト方式の流れ>



#### <事例①:東京都世田谷区>

モデル事業の成果・実績を踏まえて、平成24年度にちらしの情報更新を行った。ちらしは、NPOに委託して作成し、3つの業界団体からの紹介していただいた店舗を掲載した。

出張所、まちづくりセンター、エコプラザ用賀などでちらしを配布するとともに、ウェブページでも紹介している。（平成23年度モデル事業）

（出所）世田谷区ウェブサイト  
<http://www.city.setagaya.lg.jp/kurashi/101/113/262/d00026433.html>



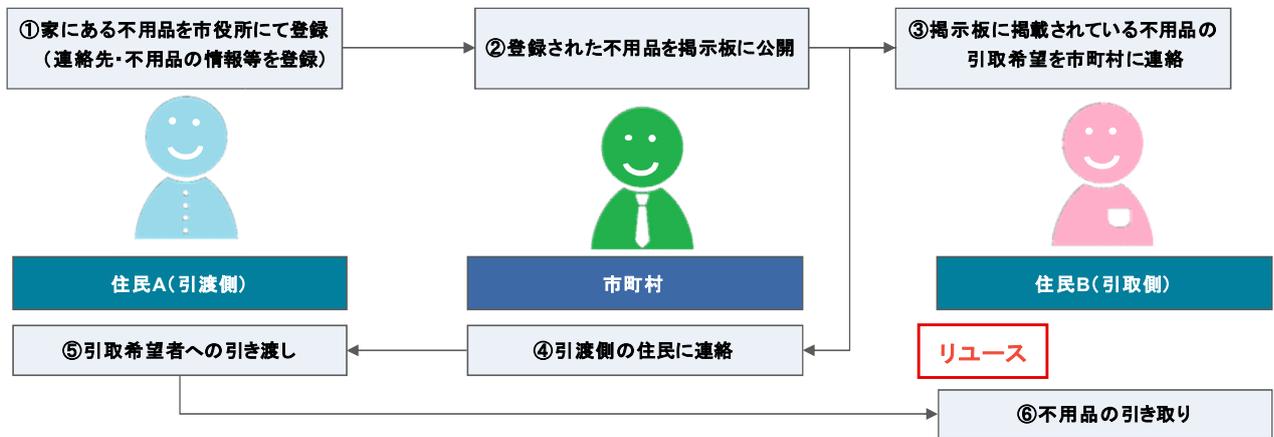
他にも、群馬県明和町では、近隣のリユースショップ（1店舗）を紹介するちらしを作成し、町の広報紙等でもリユースショップの利用を呼び掛けている。また、愛知県大府市では電話帳等で市周辺のリユース業者をリストアップして、全ての事業者に声がけして掲載希望のあった12店舗の掲載を行った。（いずれも平成23年度モデル事業）

## 2.2 交換掲示板方式

市町村が、庁舎等の中にある掲示板またはウェブ上に家庭内で使用していない不用品を登録することで、不用品を譲りたい方と欲しい方を結び付けて、住民同士の不用品の交換を仲介します。

具体的な情報・製品の流れとしては、住民が家にある不用品を庁舎等にある掲示板（またはウェブ上）に登録します。登録された不用品は市町村の掲示板に公開され、掲示板を閲覧した住民が必要なものがないか探します。引取を希望する不用品があった場合、住民は市町村へと連絡します。市町村は不用品を登録した住民に引取の希望があった旨を連絡し、住民は希望する引渡方法で、引取を希望した住民へ引き渡します。

### <交換掲示板方式の流れ>



### <事例②>大阪府泉大津市

泉大津市では、市民が販売・引渡を希望する不用品の情報を市のホームページから登録・閲覧することができる。取引を希望する市民は、市役所に連絡をして、情報の登録者と直接交渉する仕組みになっている。市役所庁舎での掲示板の設置に加え、ホームページでの閲覧・登録への対応を導入したことで、情報の登録数、取引の成立数は増加し、市民間でのリユースが促進されている。（平成24年度モデル事業）

交換掲示板はその他の多くの市町村でも実施されており、神奈川県葉山町では「ゆずってください」という情報も併せて掲載している。



（出所）泉大津市ウェブサイト「こちら、ゆずります！」  
<http://www.city.izumiotsu.lg.jp/kakuka/sogoseisaku/hishokoho/tantougyoumu/syohuisya/assen.html>

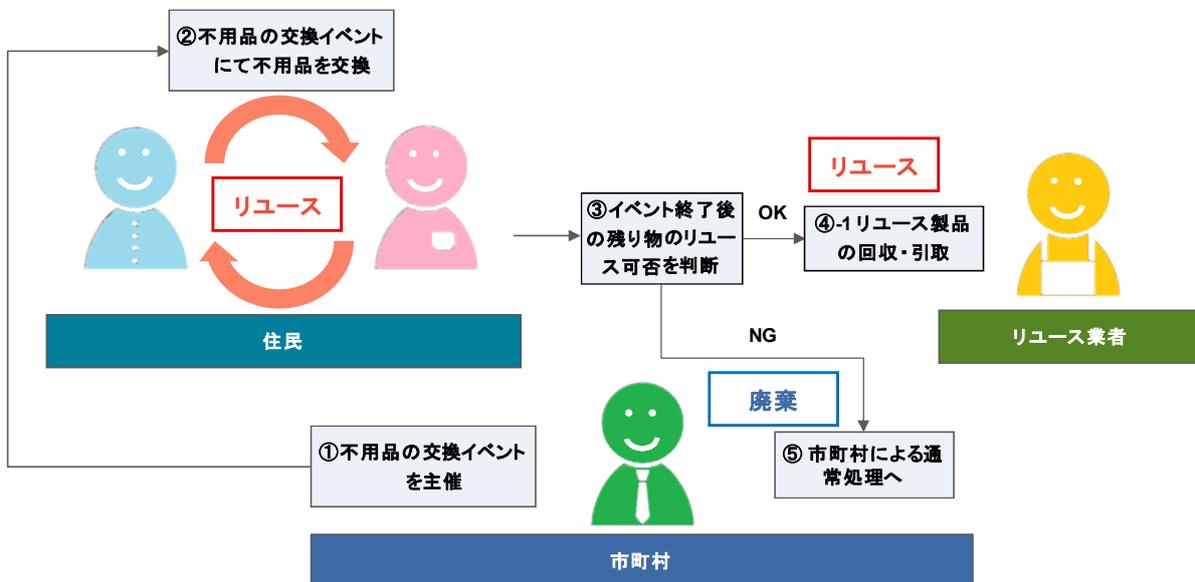
### 2.3 イベント方式

市町村が、住民に不用品の持ち寄りを呼び掛け、住民同士で不用品を交換するイベントを開催します。住民同士での不用品を交換することでリユースを促します。交換の際に残ってしまった不用品のうちリユース可能なものはリユース業者に引き取ってもらいます。

具体的な情報・製品の流れとしては、住民が市町村からのイベントの告知等を閲覧し、不用品を持ってイベントに参加します。イベントで、不用品を持ちあった住民同士で不用品を交換して必要な不用品は新たな持ち主に引き取られていきます。

交換イベントの開催後に残ってしまった不用品は、リユース業者にリユース製品として回収・引取が可能なものは引き取ってもらい、それ以外は市町村が通常のごみと同様のルートで廃棄します。

#### <イベント方式の流れ>



#### <事例③：群馬県前橋市>

前橋市では、リユース品の使用及び提供を普及啓発するイベント「リユース宝市」を開催している。「私にとっては不用でも、誰かにとっては宝物」をテーマに、家庭に眠る“使えるけど使わない品物”を持参してもらい、集まったものを無料で提供・交換する。

運営には市民団体、民間事業者とも連携し、引取り手がなかった製品も可能な限りリユースしている。



<リユース宝市の会場の様子>

他にも、神奈川県葉山町では「くるくる市」として同様の取組を継続して行っている（平成25年度モデル事業）。また、大学生をターゲットとした取組として、東京都八王子市では、中央大学、リユースショップと連携して実施、大学を卒業する学生が不要とする家具等を新入生に提供するイベント「大学リユース市」を実施した（平成26年度モデル事業）。

住民同士の交換ではなくリユースショップとの連携として、東京都町田市では、市民から不要となったリユース品を持参してもらい、市が一度引き取り、その後リユースショップに買い取ってもらう「リユースの日」を実施した（平成24年度モデル事業）。

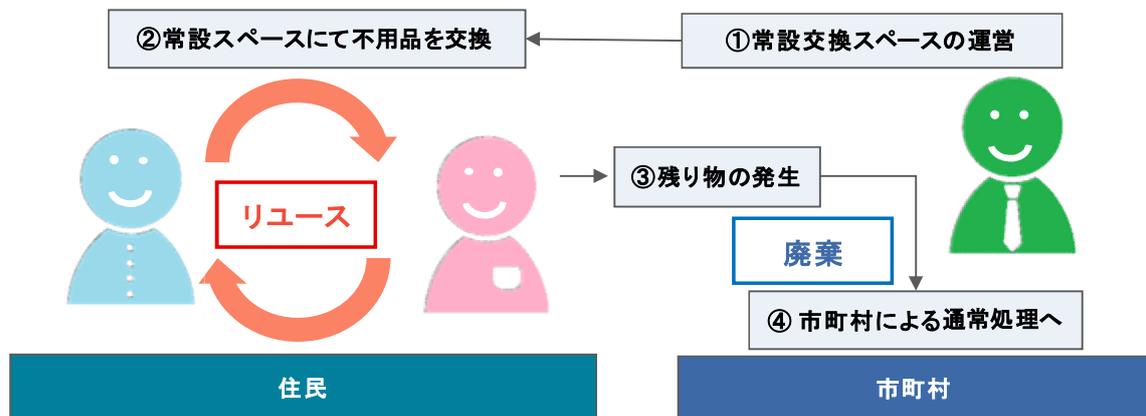
## 2.4 常設交換方式

市町村が、常設スペース（例えば、資源物の拠点回収を行っている場所等）にてリユース可能な不用品を交換する場を設けて、常設スペースを訪れた住民同士で不用品を交換することでリユースを促します。

具体的な情報・製品の流れとしては、住民が市町村からの常設スペースでのリユース品の交換についての告知等を閲覧し、不用品を常設スペースに持ち込みます。持ち込まれた不用品は常設スペースに展示され、展示中の不用品の引取を希望する住民は、その不用品を持ち帰ることが出来ます。

リユース品としての引き取れなかった不用品は市町村が通常のごみと同様のルートで廃棄します。

### <常設交換方式の流れ>



### <事例④:愛知県武豊町>

武豊町では、資源回収拠点の中に常設の常設交換場所「武豊常設交換場所」を開設した。既存の資源ステーションの委託管理者の活用が可能となり、低コストでの運営が出来ている。

加えて、資源回収ステーションと併設することで、資源の持ち込みと一緒にリユース品を持ち込むことが可能であり、利便性の向上に繋がっている。(平成26年度モデル事業)



<リユース品の陳列の様子>

他にも、岡山県真庭市では道の駅に併設された「リユースプラザ醍醐の里」にて市民による交換及びリユース品の販売を行っている。また、徳島県上勝町では、資源回収拠点に併設された「くるくるショップ」にて不用品の無料交換を行っており、利用者には持ち込み・持ち帰りともに、重量を計測してもらうことで、リユースの効果を把握している。

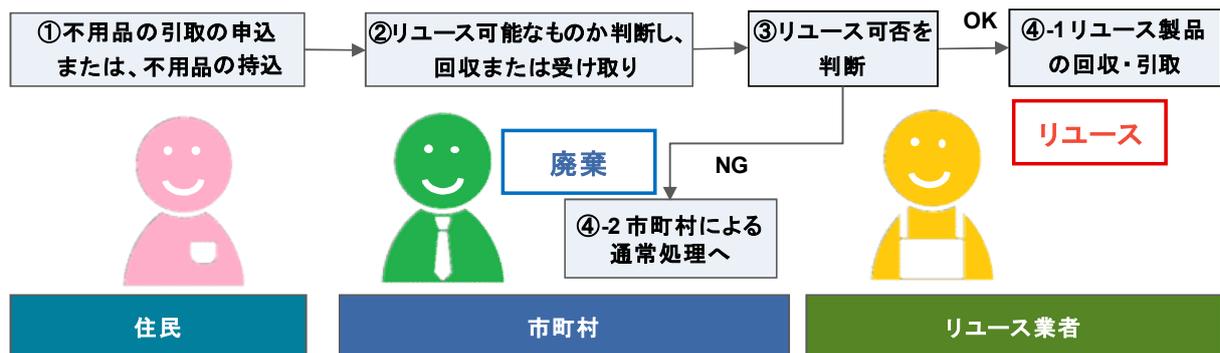
## 2.5 リユース品回収方式

市町村が、住民から連絡を受けて家具等の大型のリユース可能なものを回収して、リユース業者に販売します。また、衣類・日用品等の小型のリユース可能なものは住民からの無償での提供を受け付ける場合もあります。（リユース業者ではなく、市町村自身や公社等に委託して住民向けに販売するケースも多くあります。）

具体的な情報・製品の流れとしては、住民がリユース品として活用可能である大型の不用品を、市町村に連絡して粗大ごみ等とは別ルートで回収を依頼します。依頼を受けた市町村はリユース可能なものかを判断した上で、可能な場合は回収を行います。また、場合によっては住民からリユース可能な衣類・日用品等の持ち込みによる引取も行っています。

回収または引き取った不用品のうち、リユース業者がリユース可能だと判断した製品を回収・引き取ります。リユース不可と判断された製品は通常の粗大ごみ等の処理を行います。（リユース業者ではなく、市町村自身や公社等に委託して住民向けに販売するケースも多くあります。）

### <リユース品回収方式の流れ>



### <事例⑤:千葉県市川市>

市川市リサイクルプラザでは、不要となった家具・ベビー用品等を引き取り、再生して販売している。粗大ごみは有料であるが、リサイクルプラザでは無償での引取を行うため、市民にとって、リユースに協力するインセンティブとなっている。

家具等の修理・再生には、シルバー人材センターの人材を活用している。



<リサイクルプラザの様子>

他にも、熊本県熊本市では、回収した家具・家電等のリユース品を東部環境工場に併設する「熊本市リサイクル情報プラザ」に展示し、毎月1回の抽選の上で、安価で譲渡している。

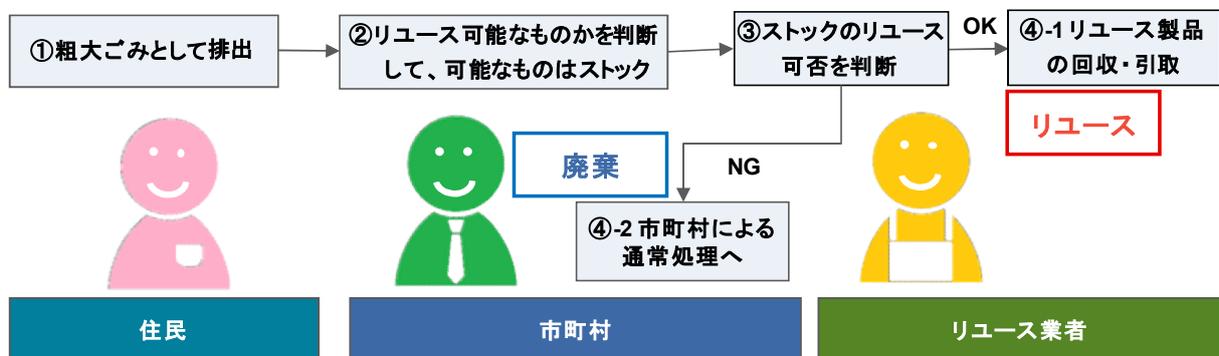
また、千葉県浦安市では、回収した家具・自転車などを販売するとともに、持ち込まれた日用雑貨・衣類等は市が受託販売している。

## 2.6 市町村回収後選別方式

市町村が粗大ごみ等として回収した物について、リユース業者が市町村のストックヤード等で検品し、リユース品として買い取りできると判断したものを市町村から買い取ります。（リユース業者ではなく、市町村自身や公社等に委託して住民向けに販売するケースもあります。）

具体的な情報・製品の流れとしては、住民から「リユースしてもよい」との意向を確認できた粗大ごみ等のうち、市町村がリユース可能と考えられるものを選別・ストックヤードで一時保管します。一時保管したもののうち、リユース業者がリユース可能だと判断した製品を回収・引き取ります。リユース不可と判断された製品は通常の粗大ごみ等の処理を行います。

### <市町村回収後選別方式の流れ>



### <事例⑥：神奈川県秦野市>

秦野市では、モデル事業の成果・実績を踏まえて、継続して粗大ごみからリユース可能と思われる製品（家具、電化製品、楽器等）を選別し、毎月1回程度の頻度でリユース業者に販売・引渡を行っている。

リユース品のストックヤードを新たに整備して、雨に濡れずにストックできるようにしている。

年間のリユース業者への売却金額は5万円弱となっている。（平成23年度モデル事業）

リユース品の一次選別は現場担当者が行っている。開始当初はリユースショップで買い取りができないものが1～2割（件数割合）あったが、リユースショップからの意見・助言を踏まえて選別することで、買い取りができないものは数%程度まで低減、効率的な事業運営となっている。



<新設したストックヤード>

京都府綾部市では、モデル事業の成果・実績を踏まえて、継続して電化製品、楽器等を粗大ごみから選別して、2カ月に1回程度の頻度で引渡を行っている。リユース品は古い焼却炉に隣接した屋根付きの空きスペースにて保管している。年間のリユース業者への売却金額は6,000円程度となっている。（平成23年度モデル事業）

また、東京都町田市では、粗大ごみ券にリユースを希望しない場合はチェックする欄を設けて、排出者のリユース意向確認を行っている。

### 3. 人口規模の小さい自治体向けのポイント

人口規模の小さい自治体は、p.10の図表 32にあるように、今後の「2R の取組を強化していく」という意向が低い傾向にあります。これは、人口規模の小さい自治体の取組を阻害する課題があると考えられますが、モデル事業等の人口 10 万人未満の自治体の取組事例より、人口の少ない自治体の課題とそれを乗り越えた工夫・ポイントを下記に整理します。

#### 小規模自治体でのリユース事業者リスト方式 リユース業者がない？

##### ⇒隣接する自治体のリユース業者を紹介！

自治体の中にリスト掲載に協力していただけるリユース業者がない場合には、住民の生活圏に入っている別の自治体のリユース業者を紹介するということができます。

群馬県明和町（人口 1.1 万人）では、町内に紹介するリユース業者がいなかったため、隣接する市のリユースショップの紹介を行いました。

相談内容 商品やサービスに関する苦情や事業者とのトラブルについての相談や問合せ等ができます。問合せ先 明和町消費者生活センター（☎043299）相談受付時間 月～金曜日 午前9時～午後5時（祝祭日・年末年始休み）

リユースモデル事業を継続して実施します

町では、環境省の協力を得て実施してきましたリユースモデル事業を平成24年度以降も継続して行います。

町民の皆さんにはリユースショップを上手に利用していただき、資源の有効活用やごみの減量化にご協力ください。

リユースは、環境に優しく、ご家庭の財布にも優しい取り組みですので、本事業の趣旨をご理解の上積極的にご利用くださるようお願いいたします。

お店に持ち込みができないリファリ、学習机等は出張買取が可能です。なお店にお問い合わせください。

協力店 オフハウス館林店（☎76・9009）

広報紙におけるPR

#### 小規模自治体での交換掲示板方式 登録・交換数が少ない？

##### ⇒ホームページでも不用品の閲覧・登録を可能に

交換掲示板を設置しても、登録・交換数が少なく、活発に交換が行われないことが心配される場合には、不用品交換掲示板をホームページで閲覧・登録を可能にすることで利用を伸ばすことができます。

大阪府泉大津市（人口 7.6 万人）、神奈川県葉山町（人口 3.3 万人）では、不用品交換掲示板をホームページでの閲覧・登録を可能にすることで、登録・交換件数が増加しています。

また、葉山町では、不用品の提供は町民のみですが、引き取りは町外の方も受け付けており、引き取り手を増やすことで、交換件数の増加に繋がっています。

#### 小規模自治体でのイベント方式 人が集まらないかも？

##### ⇒住民に身近な場所での開催で解決！

大規模イベントを開催しても参加者が集まらないことが心配される場合には、地域の公民館や自治会館、スーパーマーケット前等の住民が日常的に身近に利用する場所で、周辺住民を対象として開催することもできます。神奈川県逗子市（人口 5.7 万人）では、子育て支援施設、スーパーマーケット、地域の公民館で不用品交換イベントを開催し、一部の公民館では常設交換も実施しています。



スーパー前での開催

## 小規模自治体での常設交換方式 適切な場所がない？

### ⇒資源回収ステーションに併設！

リユース品の常設交換を行うための適切な場所がない場合には、既存の有人の資源回収ステーションを活用することも考えられます。

愛知県武豊町（人口 4.3 万人）徳島県上勝町（人口 0.2 万）では、有人の資源回収ステーションと常設交換のスペースを併設することで、資源ごみ排出と併せてリユース品の交換を行えるようにして利用者の利便性を高めるとともに、スペースコスト・人件費を節約しています。



武豊リユースステーション

## 小規模自治体での市町村回収後選別方式 保管スペースがない？

### ⇒清掃工場の空きスペースを活用！

リユース品の保管スペースが見つからない場合は、既存の施設の空きスペースを活用することも考えられます。

京都府綾部市（人口 3.4 万人）では、市内に選別したリユース品を引き取ることのできるリユース業者がいなかったため、隣接する市の業者を利用するとともに、清掃工場の空きスペースをストックヤードとして活用しています。



リユース品のストックの状況

## 4. 各取組の実施手順と留意点

### 4.1 リユース事業者リスト方式

#### (1) 「リユース事業者リスト方式」での実施事項の整理

リユース事業者リスト方式を実施する場合、準備・実施において必要な調整・決定事項を図表 34に整理します。市町村において必要な事項としては、

- ・準備段階では、事業者の選定、事業者リストの作成、効果測定の方法の検討、住民への広報など
- ・実施段階では、リユース利用状況の確認、より効果的な事業とするための工夫などが必要となります。

図表 34 リユース事業者リスト方式における市町村・リユース業者の実施事項

		市町村	リユース業者
準備段階	1) 事業者の選定(募集・要請)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域内のリユース業者の確認</li> <li>・事業者の選定基準、募集方法の検討</li> <li>・事業者への協力要請事項の検討</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市町村との連携可否の検討</li> <li>・協力要請事項の承諾</li> </ul>
	2) 事業者リスト・ちらしの作成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業者リストの掲載項目の検討</li> <li>・ちらし、ポスターの作成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業者リスト作成のための情報提供(事業者概要、品目、買取基準など)</li> </ul>
	3) 効果測定の方法の検討	<ul style="list-style-type: none"> <li>・想定される効果の整理</li> <li>・効果測定方法の検討</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・効果測定の実施方法の検討</li> </ul>
	4) 住民への広報	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ちらし、ポスターの配布</li> <li>・ウェブサイト、広報紙等への掲載</li> <li>・その他、住民に周知するための方策</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・住民への広報・PRの支援</li> </ul>
実施段階	5) リユース利用状況の確認	<ul style="list-style-type: none"> <li>・住民からの問い合わせ対応</li> <li>・利用状況、進捗状況の管理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・住民からの回収・引取(店頭、出張、宅配)</li> </ul>
	6) より効果的な事業とするための工夫	<ul style="list-style-type: none"> <li>・粗大ごみ受付時等のリユース利用案内</li> </ul>	
必要となる予算(主な費目)		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ちらし・ポスター作成・印刷費</li> <li>・広報関連費用(新聞折込・広報紙等への封入・イベントでの配布等)</li> </ul>	

#### (2) 「リユース事業者リスト方式」実施の際の留意点

##### 1) 事業者の選定(募集・要請)

事業者の選定にあたっては、事業者の選定基準及び募集方法、リユース業者への協力要請事項を決定する必要があります。

**地域にどのようなリユースショップがあるか確認しましたか？**

- ・電話帳、インターネット検索のほか、業界団体・企業のウェブサイトなどでも確認ができます。大別すると、店頭買取、出張買取、宅配買取の3つに分類されます。
- ・リユース業界団体のウェブサイトにて加盟企業の情報を確認できます。
  - JRCA（ジャパン・リサイクル・アソシエーション） URL：<http://www.jrca-reuse.com/>
  - JRO（日本リユース機構） URL：<http://www.jro.or.jp/>
  - JRAA（日本リユース業協会） URL：<http://www.re-use.jp/>

 **連携するリユース業者の選定基準、募集方法を検討しましたか？**

- ・住民に安心して利用してもらうためにも、連携するリユース業者が、法令遵守の徹底はもちろん、引き取った製品のトレーサビリティの確保など、信頼できる事業者か確認する必要があります。
- ・モデル事業では、主にリユース業界団体から紹介を受けて、連携先を選定いたしました。
- ・地域のリユース業者に個別に依頼することも考えられます。モデル事業において、広報紙を使って連携を希望するリユース業者を公募し、主だったリユース業者には電話等で参加・協力の呼びかけを行った地域もあります。

 **リユース業者への協力要請事項を検討しましたか？**

- ・住民に安心して利用してもらうためにも、住民が利用する際の具体的な手順・対応方法を確認しておく必要があります。
- ・また、広報したことにより「どの程度、住民の利用があったか？（買取されたか？）」という効果を把握するためには、連携するリユース業者から利用状況の報告をお願いする必要があります。
- ・平成23年度のモデル事業では「事業へ参画するリユース業者の方へのお願い」（参考資料に掲載）を作成し、協力要請事項を整理して、事業者の同意を得て実施致しました。

## 2) リユース業者リスト・ちらしの作成

リユース業者リストの作成にあたっては、リストへの掲載項目の検討（リユース業者と相談・協議の上）、ちらしの内容を検討する必要があります。

 **リストに掲載する項目・情報を検討しましたか？**

- ・モデル事業では、主に以下の項目・情報を掲載しました。
  - 各店舗に関する情報  
店舗名／住所／電話番号／営業時間／買取品目／買取基準／利用方法／URL
  - リユース業者利用にあたっての注意事項  
買取基準に関する注意／利用時の留意事項
- ・これらの項目はリユース業者と相談・協議の上、できるだけわかりやすく作成する必要があります。
- ・限られて紙面では、すべてを記載することはできません。利用する住民がどのようにすれば利用しやすいか、検討する必要があります。

**ちらしに掲載する内容を検討しましたか？**

- ・モデル事業では、リユース業者のリストに加え、以下の項目を掲載しました。
  - リユースの内容・必要性／市町村による既存のリユースの取組／粗大ごみ等の出し方（リユースできなかった場合）
- ・リユースについて正しい知識を持っている人ばかりではありません。ちらしには、リユース業者のリストに加え、「リユースとはなにか？」「なぜリユースが必要か？」といったこともあわせて広報することが効果的です。
- ・また、これまでリユースショップを利用したことがない住民の方にとっては、リユースショップを利用することに抵抗を感じる方もいると考えられます。モデル事業では、役所内に連絡・相談窓口を設けて、適切なリユース利用を促していた事例があります。

### 3) 効果測定方法の検討

事業の効果を検証する上でも、リユース事業者リスト方式の実施に伴う効果測定の方法を検討する必要があります。

例えば、住民のリユースショップの利用状況を把握したり、住民からの問い合わせ状況を記録するなどの方法があります。

**住民のリユースショップの利用状況を把握する方法を検討していますか？**

- ・リユースショップの活用により、各世帯で使用されないまま保管された製品、リユースの方法・手段が分からず廃棄しようとしていた製品などをリユースすることができます。これは廃棄物の発生抑制の効果と見ることができます。
- ・実際にどの程度の量がリユースされたかは、リユースショップから報告してもらうことが考えられます。
- ・ただし、モデル事業では利用する際に「ちらしを見た」と申告してもらうこととしていましたが、実際は多くの人（5～9割）が申告せずにリユースショップを利用していました。リユースショップからは「ちらしを見て利用した人かどうか判断が難しい」といった意見も聞かれており、利用状況の把握のためには工夫が必要です。

（参考）リユースショップでの利用状況を把握するための方策（例）

- リユースショップ側から利用者に「ちらし等を見て利用されたのか？」確認する。  
（モデル事業でも一部の店舗では確認をいただいております。ただし、リユースショップにとっては負担となってしまいます。）
- ちらしを持参した人に対してインセンティブを付与する  
（例えば、粗品をプレゼントする、買取価格をアップするなど。）

## 4) 住民への広報・PR

住民への広報・PRは、ちらし・ポスターの作成・配布、ウェブサイト活用、広報紙等への掲載などの方法が考えられます。ちらし・ポスターの作成にあたっては、住民にとって必要な情報を掲載するとともに、デザイン性にも留意して多くの住民に利用していただけるものとなることが望まれます。

 **広報の方法を決めていますか？**

- ちらし、ポスターの作成（ポスティング、新聞折込、公共施設等への掲示）
- 行政ウェブサイトでの案内
- 広報紙での紹介
- 出前講座等での紹介
- イベント、駅前や商業施設等でのちらし配布
- ごみ減量等推進員、団体等と連携した広報
- その他（メールマガジン、回覧板など）

- ・モデル事業においては全世帯へのポスティング、広報紙での紹介、市町村ホームページへの掲載、メールマガジンでの発信、出前講座や電話・窓口等の問合せの際に口頭で案内することで広報を実施しました。
- ・また、ごみ減量等推進員やごみ減量等に取組む団体と連携して広報を実施することで、行政発信だけでは情報を届けることができない層にも情報を行き渡らせることができます。
- ・粗大ごみ受付時、転入・転出の手続きなどの際に案内するなどの工夫も有効です。
- ・ちらし・ポスターの作成・配布には、一定の予算が必要となります。例えば、広報紙への同封、回覧板等の活用によってこれらのコストを削減することもできます。

## 5) リユース利用状況の確認

実施段階においては、住民からの問い合わせ対応、リユース業者との連絡調整（特にトラブルが発生した際の対応）、住民の利用状況・効果測定が必要となります。

効果測定は、効果測定方法の検討にて検討したやり方に則って行うこととなります。

 **住民からの問い合わせ先、連絡窓口はありますか？**

- ・事業の内容やどのようにリユースショップを利用すれば良いのか、市町村に相談される方もいます。
- ・モデル事業では、各市町村の連絡・問い合わせ先をちらしに記載しています。（具体的な内容としては、事業の内容、連携リユース業者の選定方法、などについての問い合わせが寄せられました。）

 **リユース業者との連絡窓口はありますか？**

- ・リユース業者と市町村担当者の窓口を明確にすることで、迅速なトラブル対応や連携が可能となります。
- ・万が一、リユース業者と住民の間でトラブルが発生した場合には、速やかに情報を共有し、対応を考える必要があります。
- ・モデル事業では、市町村が直接窓口となったケースと、環境省事務局が窓口になったケースのいずれもあります。（なお、トラブルは確認されませんでした。）

## 6) より効果的な事業とするための工夫

住民の方にリユースショップの利用を促すため、例えば、粗大ごみ収集の受付センターでオペレーターからリユースショップ利用を促すといったことが考えられます。

ただし、基本的に対象製品が買取可能かどうかの判断は、リユース業者にしか出来ませんので、不用意な案内はトラブルの元になる可能性がありますので留意してください。

 **粗大ごみ収集の受付センター等からリユースショップの利用を促しますか？**

- ・モデル事業において、泉大津市では、粗大ごみ収集の受付センターのオペレーターから、リユースショップの利用を促しました。
- ・ここで、すべての方にリユースを促すと、「買取対象製品ではない」「買取の基準に満たない」といったことも考えられるため、慎重に対応する必要があります。
- ・泉大津市では、上記を踏まえて、オペレーター用にマニュアルを作成、依頼者から「まだまだ使えるのに」「もったいないのだけど」といった発言があった場合、対象製品を確認し、買取できない場合もあることを説明した上で、ちらしに掲載しているリユース業者を紹介していました。

## 4.2 交換掲示板方式

### (1) 「交換掲示板方式」での実施事項の整理

交換掲示板方式を実施する場合、準備・実施において必要な調整・決定事項を図表 35に整理します。市町村において必要な事項としては、

- ・**準備段階**では、掲示板の運用ルールの検討、掲示板の設置、効果測定の方法の検討、住民への広報など
- ・**実施段階**では、掲示板への登録・引渡の仲介、より効果的な事業とするための工夫などが必要となります。

図表 35 交換掲示板方式における市町村の実施事項

		市町村
準備段階	1) 掲示板の運用ルールの検討	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 掲示板での交換対象品目</li> <li>・ 登録・掲示内容の検討</li> <li>・ 運用方法の検討</li> <li>・ 引渡のルールの検討</li> </ul>
	2) 掲示板の設置	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 掲示板（リアル）の設置</li> <li>・ ウェブサイトの構築</li> </ul>
	3) 効果測定の方法の検討	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 情報登録数、成立数の把握</li> <li>・ 掲示板の認知度の把握</li> </ul>
	4) 住民への広報	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ちらし、ポスターの配布</li> <li>・ ウェブサイト、広報紙等への掲載</li> </ul>
実施段階	5) 掲示板への登録・引渡の仲介	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 掲示板への登録</li> <li>・ 引渡の仲介</li> <li>・ 情報管理</li> </ul>
	6) より効果的な事業とするための工夫	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 写真の掲載による成立率アップ</li> <li>・ 粗大ごみ受付時等のリユース利用案内</li> </ul>
必要となる予算(主な費目)		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ホームページ作成費用（ホームページからの利用に対応する場合）</li> <li>・ 広報関連費用（作成・印刷・配布等）</li> </ul>

### (2) 「交換掲示板方式」実施の際の留意点

#### 1) 掲示板の運用ルールの検討

##### ① 掲示板の対象品目・対象者

掲示板に登録できる対象品目を検討します。酒類のように販売規制があるものや、食品や動物等の掲示板での交換に適さないものや、家電リサイクル法対象品のように廃棄時に費用が発生することから利用者同士のトラブルにつながりやすいと考えられるものの対応を検討し、対象除外品目をリストアップします。

また、掲示板を利用できる対象者の居住地域、年齢、利用目的も定める必要があります。

**掲示板の対象品・対象除外品を検討しましたか？**

- ・ひとことに「不用品」と言ってもその種類は膨大です。掲示板に登録することが望ましくない品目をリストアップし、対象除外品として位置づけましょう。
- ・大よそ想定される品目も合わせてリストアップしておきましょう。既存の事例からは家具類、家電製品、子ども用品、生活用品（食器、台所用品、寝具など）、スポーツ・趣味用品、事務用品、書籍などが登録されています。

<望ましくない品目（例）>

酒類・医薬品・医療器具など法令で販売規制を受けるもの  
自動車・オートバイ・不動産など登記・登録の必要なもの  
動物・食料品・危険物など管理上支障のあるもの

<トラブルになりやすい品目の扱い>

家電リサイクル法対象品、パソコン等の廃棄時に手数料が発生する品目については、取引に際しては十分に注意することと周知している場合や、対象除外品としている場合があります。

**掲示板を利用できる対象者、利用目的を検討しましたか？**

- 対象者は住民に限定しますか？
- 行政区域外からの通勤・通学者は対象者に含みますか？
- 対象者の年齢制限は設けますか？
- 営利目的での利用者への対応方針を検討しましたか？

- ・対象者は、「ゆずりたい」と「ゆずってほしい」それぞれの利用について検討する必要があります。「ゆずりたい」の利用は、行政区域内から発生する廃棄物の削減を目的としていることから、行政区域の住民や通勤・通学者を対象者を限定する場合があります。「ゆずってほしい」の利用は、掲示板に登録された不用品に対する需要を高めるために対象者を限定しない（行政区域外からの利用も可とする）場合と、市町村が提供するサービスであることから「ゆずりたい」と同様に住民や通勤・通学者に限る場合があります。
- ・掲示板の営利目的での利用には、掲示板を通して入手した不用品の転売等があります。住民同士の不用品交換を妨げる恐れがあることから、営利目的での利用を対象外と明記している市町村もあります。

**② 登録・掲示情報の検討**

掲示板に掲示する情報を検討します。製品の使用状況や引渡の条件等、安心して利用者が交渉に臨めるような情報を掲示することが重要です。

また、利用者の住所や連絡先等は個人情報に該当するものは掲示せず担当部署で適切に管理し、交渉を希望する人にもみ交渉に必要な情報だけを伝えるようにしましょう。

必要な情報が整理した後、申請書を作成します。

登録に必要な情報、掲示板で公開する情報を整理しましたか

- 製品に関する情報
- 引渡条件に関する情報
- 連絡先の情報
- 掲示板に公開する情報

- ・製品に関する情報は、品名、仕様・サイズ、使用状況、購入年月日、等があります。・引渡に関する情報は、希望価格、引渡方法等があります。
- ・連絡先は、住所と、電話・ファックス・Eメール等の希望する連絡手段の連絡先が必要です。希望する連絡時間帯がある場合には併せて記入いただくと、連絡が円滑になります。
- ・掲載期間を管理するために受付年月日も必要です。

< 掲示情報の例：泉大津市 >

チャイルドシート



受付番号	121
登録日	2015年1月13日
掲載期間	2015年1月13日～2015年4月13日
あっせん希望価格	0円
特記事項（品物の特徴やサイズなど）	<p>新生児から4歳ごろまで使えるチャイルドシートです。子供2人が使用し、かなり汚れもありますので無料でお譲りします。</p> <p>チャイルドシートに、使用方法の書いたラベルがついています。</p>
引渡し方法	<p>お互い分かりやすい場所で待ち合わせをして持っていきます。大きいものなので、車で取りに来られる方をお願いします。</p>

（出所）泉大津市ウェブサイト「こちら、ゆずります！」  
<http://www.city.izumiotsu.lg.jp/kakuka/sogoseisaku/hishokoho/tantougyoumu/syuhisya/assen.html>

申請書を作成しましたか？

- ・上記で整理した製品に関する情報、引渡に関する情報、連絡先に関する情報を記入できる申請書を作成しましょう。（ウェブサイトでの申請に対応する場合は、申請画面）
- ・申請書には、交渉を希望する人に連絡先を伝えることを記載し、個人情報に関する取り扱いについて了解を得るようにします。
- ・その他、利用者への注意事項を記載するようにします。

注意事項（例）

- ・掲示期間は〇ヶ月です。
- ・申込まれた後の変更（金額等）は出来ません。
- ・交渉希望者には、住所、氏名、電話番号をお伝えします。
- ・交渉後に生じた諸問題は当事者間で解決してください。
- ・お預かりした写真等はお返ししません。
- ・交渉が成立した場合には、速やかに受付番号と氏名を〇〇課までご連絡ください。

## ③ 掲示板の運用方法の検討

掲示板への情報の登録方法、交渉や削除の依頼方法、情報の掲載期間、登録された情報の管理方法について検討します。

 **利用者からの情報掲載の依頼をどのようにして受け付けますか？**

- 庁舎窓口
- 電話
- Eメール
- ファックス
- 市町村ホームページ等のウェブサイト
  - ・ゆずりたい・ゆずってほしい情報の掲載の申請方法を決めます。
  - ・庁舎窓口、Eメールの場合は、必要事項を記入した申請用紙を提出してもらうように定めることで、掲示板への掲示を効率的に行うことができます。（ただし申請書をそのまま掲示する場合には、個人情報等の市町村で管理する情報と切り分けて取り扱うように注意しましょう。）
  - ・専用ホームページの場合は、申請用画面を作成して利用者に必要事項を入力の上送信してもらい、担当部署で内容を確認したうえで情報閲覧ページに情報を公開するとともに、掲示板に貼りだします。

 **登録された情報の掲載期間は何ヶ月にしますか？**

- ・一定期間を経ても取引が成立しなかった登録情報を定期的に削除する必要があるため、あらかじめ掲載期間を決めておきます。既存事例では、2ヶ月～3ヶ月としている市町村が多く見られます。
- ・掲載期間が終了した後、一回に限って再登録を行うことができるようにしている市町村もあります。掲載期間の終了を登録者に伝える際に、再登録の意思を確認するようにすることで、「できれば早く処分したい」と考えている場合と、「すぐに処分する必要はなくリユースしてほしい」という場合のそれぞれのニーズに対応することができます。

## ④ 引渡のルールの検討

価格等の引渡条件と引渡方法について検討します。

<input type="checkbox"/> <b>有料での取引を認めますか？ 上限金額は設定しますか？</b>
<input type="checkbox"/> 無料のみ <input type="checkbox"/> 有料（上限あり） <input type="checkbox"/> 有料（上限なし） <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 上限価格を設定している市町村では、「掲示版での交換を想定している対象品のイメージをもってもらうために上限を2万円とした」という例や、「従来から無料交換として実施していた経緯の中で有料を認めることとしたため、高額ではない千円とした」という例があり、掲示版での交換を想定している品物の種類や、過去の経緯を踏まえて決定されている。</li> <li>・ 近年ではリユースショップやインターネットの不用品交換サイト等の民間企業によるリユース事業が増加してきていることから、市町村が運営する不用品交換掲示板を廃止する動きも一部に見られます。一方で、利用者にとっては「市町村が運営しているから安心して利用できる」「リユースショップでは買い取ってくれないものでも、無料または有料での引取り手を見つけることができる可能性がある」等の市町村が運営する掲示版ならではのメリットがあります。</li> <li>・ また、民間の不用品交換サービスの普及によって、有料での交換が利用者の間に浸透してきていることも考えられます。</li> <li>・ このような環境の変化を踏まえて市町村が運営する掲示版の位置づけ、価格設定を検討する必要があります。</li> </ul>
<input type="checkbox"/> <b>ゆずってほしい人にどのようにして不用品を引き渡しますか？</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 利用者同士の不用品の引渡方法を検討する必要があります。モデル事業等の既存事例の多くは、引渡方法を当人同士の相談に委ねています。</li> <li>・ 登録する情報に「引渡方法」をあらかじめ記載してもらうようにすることで、交渉をスムーズにすることができます。</li> <li>・ 具体的には次のような引渡方法が想定されます。 <ul style="list-style-type: none"> <li>－ ゆずりたい人がゆずってほしい人の自宅まで届ける</li> <li>－ ゆずってほしい人がゆずりたい人の自宅まで取りに行く</li> <li>－ 近隣の場所を指定して引き渡す</li> <li>－ 郵送で届ける</li> </ul> </li> </ul>

## 2) 掲示板の設置

掲示板の設置場所、またウェブサイトでの閲覧・登録について検討します。

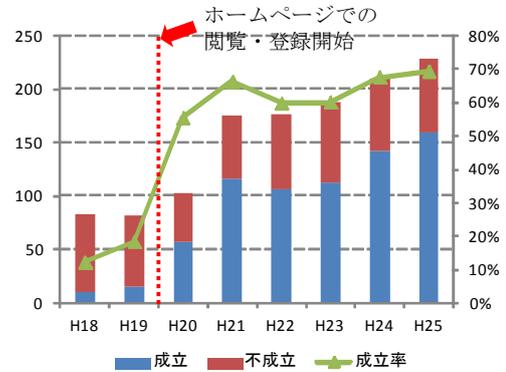
<input type="checkbox"/> <b>掲示板の設置場所を検討しましたか？</b>
<input type="checkbox"/> 利用者が多く訪れる場所はどこですか？ <input type="checkbox"/> 設置にあたって連携が必要な部署と運用について協議しましたか？ <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 設置場所は、庁舎1階、図書館、住民センター等の利用者が訪れることが多いと考えられる場所を検討しましょう。</li> <li>・ 掲示板の設置場所の近くの部署や窓口には、利用を希望する人への案内等に対応していただく必要があります。設置の了承が得られたら、運用にあたって協力してもらうことを協議しておくとい良いでしょう。</li> </ul>

市町村ホームページから閲覧・登録等をできるようにしますか？

 閲覧のみを可能にする（登録・削除は電話やEメール等での申請に限る）

 閲覧・登録・削除を可能にする

- ・ 掲示版は不用品情報が掲載された用紙を庁舎内等に設置した専用ボードに掲示する方法が一般的ですが、役所・役場を日常的に利用する人は限られていることや、インターネット利用が普及している現状を踏まえ、市町村ホームページ内に専用ページを開設して、不用品情報を閲覧できるようにしている市町村もあります。
- ・ 既存事例では、ホームページからの閲覧・登録を可能にしたことで、登録数及び取引の成率が上昇したという結果もあります。



（資料）神奈川県葉山町における不用品交換掲示板の利用実績。H20にホームページでの閲覧・登録を開始し利用件数、成立率が上昇した。

### 3) 効果測定方法の検討

交換掲示板の設置効果を把握するための指標を検討します。掲示版の利用状況や認知度を把握し、必要に応じて制度の改善を行うための情報を定期的に整理しておくことが望ましいです。

 効果の測定方法を検討しましたか？

 情報登録件数の把握

 成立件数の把握

 認知度の把握

- ・ 掲示版設置によるごみの削減効果は、重量での把握が難しいため、件数で把握することが考えられます。
- ・ 掲示版への情報登録件数、そのうちの成立件数の把握は必須です。
- ・ その他、住民の掲示版の認知度を把握するため、アンケートの実施や、環境やごみ減量に関する住民の会合などでの聞き取りをすることも考えられます。

## 4) 住民への広報・PR

「ゆずります」「ゆずってください」それぞれの登録数・成立件数を増やすためにもより多くの利用者に掲示版の取組みを知ってもらうことが重要です。従来の広報紙や市町村ホームページ等での発信のほか、ごみ減量等推進員等と連携して広く情報を発信します。

<input type="checkbox"/> <b>広報の方法を決めていますか？</b>
<input type="checkbox"/> ちらし、ポスターの作成（ポスティング、新聞折込、公共施設等への掲示） <input type="checkbox"/> 行政ウェブサイトでの案内 <input type="checkbox"/> 広報紙での紹介 <input type="checkbox"/> 出前講座等での紹介 <input type="checkbox"/> イベント、駅前や商業施設等でのちらし配布 <input type="checkbox"/> ごみ減量等推進員、団体等と連携した広報 <input type="checkbox"/> その他（メールマガジン、回覧板など）
<ul style="list-style-type: none"> <li>・モデル事業においては全世帯へのポスティング、広報紙での紹介、市町村ホームページへの掲載、出前講座や電話・窓口等の問合せの際に口頭で案内することで広報を実施しました。</li> <li>・また、ごみ減量等推進員やごみ減量等に取組む団体と連携して広報を実施することで、行政発信だけでは情報を届けることができない層にも情報を行き渡らせることができます。</li> </ul>

## 5) 掲示板への登録・引渡の仲介

掲示版の運用を開始したら、日常的に登録情報の掲載、仲介、情報の削除を円滑に行う必要があります。掲載・削除依頼に関する情報の管理を適切に行い、仲介にあたっては登録者の連絡先の伝え方を工夫することで、トラブルを防止します。

<input type="checkbox"/> <b>交渉希望者への連絡事項は整理できましたか？</b>
<input type="checkbox"/> 情報登録者の連絡先 <input type="checkbox"/> 交渉結果の報告
<ul style="list-style-type: none"> <li>・交渉のために情報の登録者と連絡を取りたいという依頼があれば、あらかじめ申請時に登録された連絡先を伝えます。登録者で「氏名・住所・連絡先全てを伝えてほしくない」という場合は、連絡先のほかは、氏名は名字のみ、住所は大よその位置がわかる情報のみを伝える等の工夫をすることが考えられます。</li> <li>・交渉後には成立・不成立の結果を連絡してもらい、登録情報を更新するようにしましょう。</li> </ul>

<input type="checkbox"/> <b>担当部署内での情報の管理方法・ルールを検討しましたか？</b>
<input type="checkbox"/> 登録情報の保管方法 <input type="checkbox"/> 情報更新のルール
<ul style="list-style-type: none"> <li>・担当部署内で複数の職員が利用者からの連絡を受ける場合には、台帳の作成や共有サーバーでのデータ管理等の複数の人間による効率的な情報の保管方法を検討しましょう。</li> <li>・交渉中の登録情報については、複数の希望者が交渉をとることによるトラブルを防ぐためにも交渉中であることがわかるように情報を更新しましょう。</li> </ul>

## 6) より効果的な事業とするための工夫

利用者が商品をイメージしやすくなるように掲示板に写真を掲載することや、粗大ごみ収集の受付センターでオペレーターから交換掲示板を案内することが考えられます。

 **掲示板に写真を掲載していますか？**

- ・ 掲示板に登録する不用品の写真を合わせて掲載すると、商品のイメージや使用状況等がよりわかり、成立件数が高まると言われています。
- ・ 利用者が情報を登録する際に、写真の掲載を呼び掛けるとよいでしょう。

 **粗大ごみ収集の受付センター等から交換掲示板の利用を促しますか？**

- ・ 粗大ごみ収集の申込の際など、廃棄したい不用品が手元にある方に交換掲示板の利用を促すことで、利用者の増加を図ることが考えられます。
- ・ ただし、交換が成立するまでは自宅で保管する必要があることや、成立しない場合には自ら処分してもらう必要があることを合わせて伝え、事前にトラブルを防ぐよう留意しましょう。
- ・ その他、処理施設への直接搬入を受け付けている場合などには、窓口で次回からの利用の検討を案内することも考えられます。

### 4.3 イベント方式

#### (1) 「イベント方式」での実施事項の整理

「イベント方式」における、準備、実施の各段階での市町村、協力団体またはリユース業者の実施事項を図表 36に整理します。市町村において必要な事項としては、

- ・準備段階では、イベント内容の企画検討、連携する市民団体・リユース業者との調整、開催内容・手順の検討、効果測定方法の検討、住民への広報・PRなど
- ・実施段階では、イベントの運営、効果的な事業とするための工夫などが必要となります。

図表 36 イベント方式における市町村、リユース業者の実施事項

		市町村	協力団体または、リユース業者
準備段階	1) イベント内容の企画検討	<ul style="list-style-type: none"> <li>・開催場所・日時</li> <li>・ターゲット層、対象品目</li> <li>・リユース品の収集、引渡方法</li> <li>・リユースできない製品の処理方法</li> </ul>	
	2) 連携する市民団体・リユース業者との調整	<ul style="list-style-type: none"> <li>・協力団体の意向の確認</li> <li>・リユース業者の選定</li> <li>・イベントにおける役割分担の確認</li> </ul>	・イベントにおける役割分担の調整
	3) 開催内容・手順の検討	<ul style="list-style-type: none"> <li>・イベント時の手順</li> <li>・混雑時対応・トラブル防止策検討</li> </ul>	・イベントにおける協力内容の調整
	4) 効果測定の方法の検討	<ul style="list-style-type: none"> <li>・参加人数の把握</li> <li>・持ち込み品や持ち帰り品の数量等の把握</li> </ul>	・リユース状況確認への協力
	5) 住民への広報・PR	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ターゲット層を想定した効果的な広報・周知方法の検討・実施</li> </ul>	・広報・周知への協力
実施段階	6) イベントの開催・運営	<ul style="list-style-type: none"> <li>・イベントの実施</li> </ul>	・イベントの実施への協力
	7) より効果的な事業とするための工夫	<ul style="list-style-type: none"> <li>・来場者向けの抽選会などのプログラムの検討</li> </ul>	
必要となる予算(主な費目)		<ul style="list-style-type: none"> <li>・会場費、のぼり旗、看板等費用</li> <li>・ちらし・ポスター作成・印刷費</li> <li>・広報関連費用（新聞折込・広報紙等への封入・イベントでの配布等）</li> </ul>	

#### (2) 「イベント方式」実施の際の留意点

##### 1) イベント内容の企画検討

住民に、家庭に眠っている使用していないがリユースできる製品（もう使わない製品）を持ち寄ってもらい、住民同士で不用品を交換してもらおうというイベントを想定します。

具体的には、住民の方から事前に収集、またはイベント当日に持参いただいたものを、会場内に陳列し、住民の方に気に入ったものを持ち帰り、リユースしてもらうことを想定します。

イベントは単独で開催しますか？関連するイベントと併せて開催しますか？

- ・イベントは単独で開催することもできますが、定期的に行っている関連イベントに合わせて実施することも想定されます。より多くの方が参加してもらえらるイベントとなるよう、実施時期、場所・スペース等を考慮して検討が必要です。

どのような製品をリユースの対象にするか検討しましたか？

- ・家庭に眠っている製品としては、衣類・服飾品、日用雑貨、書籍、家具類、おもちゃ、子ども・ベビー用品、贈答品・引き出物などが想定されます。
- ・いずれの「まだ使用できるもの」である必要があり、衣類などは“洗濯・クリーニング済みのものに限る”等の条件を付けている事例もあります。
- ・幅広い製品を対象とする、特定の製品に特化し訴求する、いずれの方法もあります。
- ・どのような方に参加してもらおうか、その属性（女性／男性、若年／老年、単身／家族）を定めると対象とする製品も整理ができます。
- ・また、手で持ち運べるもの、自家用車で持ち運べるもの、専門の運送業の協力が必要なもの、製品の大きさ・形状によっても異なることにも留意が必要です。
- ・なお、電気・電子製品、ガス器具については、事前に安全に使用できるか確認が必要です。（モデル事業では対象としておりません。）

リユース品をどのように収集して、持ち帰ってもらうか検討しましたか？

リユース品の事前収集を実施しますか？その方法はどのようにしますか？

- ・役所・クリーンセンター等に持ち込んでもらう
- ・粗大ごみ等からリユース品を選別する（排出者の方の同意を得られたもの）
- ・リユース品回収ボックスなどを設置する
- ・イベントの前日に会場に持ち込んでもらう

イベント当日の持参を実施しますか？

- ・持参と持ち帰りを同時に実施／午前中は持参、午後は持ち帰りとする時間帯を分ける
- ・持参した人に何らかの粗品や持ち帰りの優先権利を提供する／しない

持ち帰りの条件をどのように設定しますか？

- ・持参したリユース品の点数に応じる／1人あたり製品数の制限を設ける／設けない
- ・住民に限定する／他地域の人でも対象とする
- ・寄付等を募る（運営費用の一部補填、環境保全のための基金等）

引取がなかった製品の処理・処分をどのようにしますか？

- ・リユース業者にリユース品と買い取ってもらう。
- ・リユースできない製品はリサイクル（古紙や古繊維など）として買い取ってもらう。
- ・どうしても利活用できないものはクリーンセンター等で処理する。

## 2) 連携する協力団体・リユース業者との調整

イベントの広報・PR、事前準備、当日の運営には、地域の住民団体等からの協力を得ることで効果的・効率的に実施できることがあります。

また、イベント終了時点で、リユース品として持ち帰ってもらえず、最終的に残ってしまう製品も一定数発生すると思われます。これらの製品は、リユース業者に買い取ってもらう、リサイクル事業者に資源として買い取ってもらう、クリーンセンター等で適性に処分する、といったことが考えられます。

### 住民団体等への協力要請事項を検討しましたか？

- ・イベントの広報・PR、事前準備、当日の運営において、どのようなことを協力依頼するか検討する必要があります。
- ・自治体としての予算・人員等を勘案し、どの点で住民団体等の協力が必要となるのか、その条件とともに検討する必要があります。
- ・例えば、イベントの広報・PRとしてちらし等配布への協力依頼、会場内の設営・製品の陳列等の作業の支援、当日の受付・入退場案内・効果測定、及び片付け作業などの事項が考えられます。

### リユース業者・リサイクル事業者への協力要請事項を検討しましたか？

- ・持ち帰る人がおらず、残ってしまった製品のリユース・リサイクルのためには、リユース業者・リサイクル事業者と連携することも有効です。
- ・ただし、リユース品として相対的に価値が高いものの多くは、住民の方が持ち帰っており、リユース業者が買い取りできる商材としては限定的になることが予想されます。リユース業者からの協力を得ることが難しいかも知れません。
- ・リサイクルとしては、書籍は古紙として、衣類は古繊維、スチール製の棚等は鉄くずとして、リサイクル事業者に買い取ってもらえることが想定されます。
- ・平成24年度の町田市のモデル事業では、住民に持ち込みいただいた製品を、リユース業者に売却・販売する事業を実施しました。

## 3) 開催内容・手順の検討

イベントの前日準備、当日の運営、片付けなど、一連の工程を想定し、必要機材・備品、人員を検討する必要があります。

また、イベント開催時にはトラブルが発生しないよう、事前準備が必要です。

### イベント当日の手順(前日準備、片付け等)は検討しましたか？

- ・会場内のレイアウト、必要機材・備品等を確認しておきます。
- ・前日準備(会場設営、案内版等の設営、事前収集している場合にはリユース品の陳列)の内容・役割分担・スケジュールを検討します。
- ・当日は、来場者の受付(必要に応じて属性の確認(女性/男性、年代、住所など))、会場内のルールの説明(持ち帰りのルール)、会場内案内、持ち帰り時の確認などを検討します。
- ・イベント終了後の片付け、機材・備品等の運搬方法、残った製品の処理・引渡方法など検討します。

**混雑時対応・トラブル防止策検討しましたか？**

- ・持ち帰りを希望する参加者が多数来場した場合、会場内が混乱することも考えられます。例えば、前橋市のモデル事業では、整理券を配り、入場制限を行いながら開催しました。また、開場直後には「1人あたり10点まで」といった持ち帰りの点数制限も行いました。
- ・来場者の私有物を、持ち帰り対象のリユース品と勘違いして持ち帰ってしまうトラブルも想定されます。貴重品はもとより、私有物については絶えず身につけておくよう案内することも必要です。
- ・来場者が会場内で怪我をしないよう、設営時には十分に気をつけるとともに、来場者への案内も必要です。
- ・イベント開催に関する保険商品（例えば、来場者の怪我など）も販売されているので、必要に応じて検討してください。
- ・悪天候等でイベントを中止せざるを得ない場合も想定されます。事前にどのような条件になれば中止とするか検討しておき、必要に応じて、広報・PR時にも伝えておくことが望ましいと考えられます。

#### 4) 効果測定方法の検討

イベントの開催の効果を定量的に把握することが望ましいです。具体的には、どれくらいの人が利用し、どのくらいの製品・量がリユースされたか、把握する方法を検討しておく必要があります。

**イベント開催によるリユースの効果(利用人数、量)の把握方法を検討していますか？**

- ・イベント開催の効果としては、①来場者数、②リユース品として陳列された数量、③持ち帰りされた製品の数量、④その他リユース・リサイクル・処理された数量、などから把握することができます。

**①来場者数を把握する方法を検討しましたか？**

- ・来場者数は受付を設けることで把握することができます。受付を設けない場合には、出入口付近で来場者人数をカウントするなどの方法もあります。

**②リユース品として陳列された数量を把握する方法を検討しましたか？**

- ・事前収集を行う場合には、品目別に計量器で計測することで点数、重量を把握することができます。量が多い場合には、サンプル調査で全体量を把握することも有効です。
- ・当日持ち込みについては、受付を設ける場合にはその場で計測することが考えられます。当日、正確な数量を把握することが難しければ、写真等で記録し、品目別の点数をカウント、拡大推計するという方法も有効です。

**③持ち帰りされた製品の数量（リユースされた数量）**

- ・②で陳列された数量が把握できる場合には、最終的に残った製品の数量を計測することで、リユースされた量を推計することができます。
- ・来場者にアンケート調査を実施し、品目別に持ち帰った点数を記入してもらい、①の来場者数をもとに拡大推計することもできます。
- ・葉山町のモデル事業では、持ち帰り時に受付を設けて、品目別の点数及び重量を計測していました。

**④その他、リユース・リサイクル・処理された量**

- ・イベント終了後に、リユース業者、リサイクル事業者に引き渡した数量で把握することができます。
- ・最終的にリユース・リサイクルできなかった製品は、クリーンセンター等で処理することになりますが、その数量を把握しておく必要があります。

## 5) 住民への広報・PR

住民への広報・PRは、ちらし・ポスターの作成・配布、ウェブサイト活用、広報紙等への掲載などの方法が考えられます。

イベントに参加してもらいたいターゲット層が明確な場合には、もっとも効果的と思われる方法を優先的に実施します。

広報・PRの内容としては、イベントの開催案内に加え、事前にリユース品を収集する場合には対象製品・基準・方法なども案内します。

<input type="checkbox"/> <b>広報の方法を決めていますか？</b>
<input type="checkbox"/> ちらし、ポスターの作成（ポスティング、新聞折込、公共施設等への掲示） <input type="checkbox"/> 行政ウェブサイトでの案内 <input type="checkbox"/> 広報紙での紹介 <input type="checkbox"/> 出前講座等での紹介 <input type="checkbox"/> イベント、駅前や商業施設等でのちらし配布 <input type="checkbox"/> ごみ減量等推進員、団体等と連携した広報 <input type="checkbox"/> その他（メールマガジン、回覧板など）
<ul style="list-style-type: none"> <li>・モデル事業においては全世帯へのポスティング、または新聞折込みでちらしを配布しました。また、行政のウェブサイトでの案内、広報紙での紹介、公共施設・リユースショップ内にポスターの掲示、メールマガジンでの発信などを実施しました。</li> <li>・粗大ごみ受付時、転入・転出の手続きなどの際に案内するなどの工夫も有効です。</li> <li>・ちらし・ポスターの作成・配布には、一定の予算が必要となります。例えば、広報紙への同封、回覧板等の活用によってこれらのコストを削減することもできます。</li> <li>・イベントに参加して欲しいターゲット層が明確な場合、例えば、子ども・ベビー用品のリユースを対象にする場合には、庁内の担当部局とも連携して関連施設等での掲出に加え、幼稚園・保育園・小学校などに協力してもらい、その父母に参加してもらうことも効果的と考えられます。</li> </ul>

## 6) イベントの開催・運営

事前に準備しておいた、スケジュールをもとに、協力団体等と役割分担の上、イベントの開催・運営を行います。

<input type="checkbox"/> <b>当日のスケジュール・役割分担などは検討、協力団体を含めて共有しましたか？</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・事前に当日の運営スケジュール、役割分担、人員配置などを検討しておく必要があります。</li> <li>・事前に協力団体とも協議・調整を行うことで、当日の円滑な運営が可能となります。</li> </ul>

## 7) より効果的な事業とするための工夫

イベントのプログラムに、抽選会、じゃんけん大会などを入れて、来場者の方に楽しくリユースを体験いただく方法もあります。

 **来場者向けの抽選会などのプログラムを検討していますか？**

- ・来場者の方には、楽しく、リユースを体験してもらうことが必要です。楽しんでもらうことが、継続に繋がると考えられます。
- ・前橋市では、人気のある中古自転車については希望者を対象とした抽選会を開催し、持ち帰る人を決めました。また、比較的高価・人気があると思われる製品は、“目玉商品”としてじゃんけん大会にて持ち帰る人を決めました。



<前橋市でのリユース自転車の抽選会、目玉商品のじゃんけん大会の様子>

#### 4.4 常設交換方式

##### (1) 「常設交換方式」での実施事項の整理

「常設交換方式」における、準備、実施の各段階での実施事項を図表 37に整理します。市町村において必要な事項としては、

- ・ 準備段階では、常設スペース運営事業者との調整、実施場所・運用ルールの検討、費用の検討、効果測定の方法の検討、住民への広報・PRなど
- ・ 実施段階では、常設交換場所の運営・管理、リユース状況の確認、効果的な事業とするための工夫などが必要となります。

図表 37 常設交換方式における市町村、常設スペース運営事業者の実施事項

		市町村	常設スペース運営事業者
準備段階	1) 常設スペース運営事業者との調整	・ 運営業者に依頼する事項の確認	・ 運営業務の中での役割分担を確認
	2) 実施場所・運用ルールの検討	・ 実施場所の検討(複数の常設スペースがある場合) ・ 対象品目の選択 ・ 交換に関するルールの設定	・ 運営に必要なルールの設定
	3) 費用の検討	・ 予算措置の検討、確保	・ 運営に必要な備品等の見積もり・検討 ・ 運営に必要な人員配置や人件費の見積もり・検討
	4) 効果測定の方法の検討	・ 想定される効果の整理 ・ 効果測定方法の検討	・ 効果測定の実施方法の検討
	5) 住民への広報・PR	・ ちらし、ポスターの配布 ・ ウェブサイト、広報紙等への掲載 ・ その他住民に周知するための方策	・ 常設スペースの利用者への広報・PRの支援
実施段階	6) 常設交換場所の運営・管理	・ 常設交換場所運営の支援	・ 常設交換場所の運営 ・ リユース品の管理(陳列、物品整理) ・ 現場での問い合わせ対応
	7) リユースの利用状況の確認	・ リユース利用状況の取りまとめ	・ リユース参加人数の把握 ・ 持ち込み品や持ち帰り品の数量等の把握 ・ アンケートの実施
	8) より効果的な事業とするための工夫	・ 運営事業者との協力による広報活動の実施 ・ 対象品目や運用ルールの見直し・精査	・ 市町村との円滑な情報共有
必要となる予算(主な費目)		・ 備品購入費 ・ 運営費(人件費等) ・ ちらし・ポスター作成・印刷費	

##### (2) 「常設交換方式」実施の際の留意点

###### 1) 常設スペース運営事業者との調整

既存の常設スペース(例えば、資源回収拠点等)にて、リユースの取組を始めますので、常設スペース運営事業者との調整が必要となります。

具体的には、既存の常設スペースの混雑状況、スペースの状況、人員配置の状況、運営・管理の方法について、運営事業者と確認の上、常設交換場所が実施可能か検討する必要があります。

**常設スペース運営事業者との円滑に情報共有出来ていますか？**

- ・既存の常設スペースの運營業務に加えて、追加での業務を依頼することになります。現在の常設スペースの運営状況をきちんと把握した上で、どのような形であれば、新たにリユースの取組が開始できるのか、運営事業者との連携・情報共有が重要になります。

## 2) 実施場所・運用ルールの検討

どこの常設スペースで実施するかを検討するとともに、交換を実施する対象品目や交換を行う際の運用ルールを決めていく必要があります。

**実施予定の常設スペースに十分なスペースはありますか？**

- ・常設スペースでリユースの取組を行うためにはリユースを保管・管理及び陳列できる屋内のスペースが必要です。既存の常設スペースに十分なスペースがあるか確認する必要があります。
- ・常設スペースに、リユース品の持込、引取目的で、通常より多くの利用者がやってくる可能性があります。駐車スペース等も通常より多くの利用者に対して対応できるか確認する必要があります。

**どのような製品をリユースの対象にするか検討しましたか？**

- ・家庭に眠っている製品としては、衣類・服飾品、小型家電類、日用雑貨、書籍、家具類、おもちゃ、子ども・ベビー用品、贈答品・引き出物などが想定されます。
- ・いずれの「まだ使用できるもの」である必要があり、衣類などは“洗濯・クリーニング済みのものに限る”等の条件を付けることも考えられます。
- ・幅広い製品を対象とする、特定の製品に特化し訴求する、いずれの方法もあります。
- ・どのような方に参加してもらうか、その属性（女性／男性、若年／老年、単身／家族）を定めると対象とする製品も整理ができます。

**リユース品をどのように収集して、持ち帰ってもらうか検討しましたか？**

**持ち込みの条件をどのように設定しますか？**

- ・持ち込みの受付点数・品目に制限を設ける／設けない
- ・持参した人に何らかの粗品や持ち帰りの優先権利を提供する／しない

**持ち帰りの条件をどのように設定しますか？**

- ・持参したリユース品の点数に応じる／1人あたり製品数の制限を設ける／設けない
- ・住民に限定する／他地域の人も対象とする
- ・寄付等を募る（運営費用の一部補填、環境保全のための基金等）

**引取がなかった製品の処理・処分をどのようにしますか？**

- ・リユース業者にリユース品と買い取ってもらう
- ・リユースできない製品はリサイクル（古紙や古繊維など）として買い取ってもらう
- ・どうしても利活用できないものは清掃工場等で処理する

### 3) 費用の検討

常設交換場所の取組は、常設での設置となりますので、実施に必要な費用の検討や予算措置の検討が必要となります。

具体的には、必要な備品や人件費等を常設スペース運営事業者と協議して、積算するとともに、新規事業として庁内で事業を立ち上げる必要があります。

#### 必要な備品、人件費等は適正な規模になっていますか？

- ・既存の常設スペースを活用した本方式は、既存の常設スペースの資源や人員を有効活用することで低コストでの運用を目指す取組となっています。
- ・追加的な費用がかかりすぎる場合は、運営事業者との再調整や実施方式の見直しなどが必要となります。

#### 事業の費用対効果をきちんと説明できる資料を作りましたか？

- ・新規事業を提案する場合は、事業の費用対効果についての説明を求められます。リユース品の交換によるごみ処理費用の削減効果、利用者の増加に伴う資源物の回収量増加による資源物売却収入の増加効果といった、常設交換場所を運営することで得られる定量的なメリットと、住民の環境意識の向上、リユース意識の醸成といった定性的なメリットをきちんと整理する資料を使って、庁内に説明していくことが望まれます。

### 4) 効果測定の方法の検討

事業の費用対効果を検証する上でも、常設交換場所の運営に伴う効果測定の方法を検討する必要があります。

具体的には、常設交換場所への来場者数、受付リユース品の数・重量、引き渡したリユース品の数・重量、廃棄した受付リユース品の数・重量といったデータやアンケート等による利用者からの評価を把握することが考えられます。

#### 効果測定の方法を検討しましたか？

- ・常設交換場所への来場者数、交換されたリユース品の数・重量といった定量的なデータやアンケートによる利用者の意向などの定性的なデータを収集することで、常設交換場所の取組の効果を見える化することに繋がります。
- ・事業の費用対効果の検討も踏まえて、どのような効果測定を行う必要があるのか、常設スペース運営事業者とも協議の上、決定する必要があります。

## 5) 住民への広報・PR

住民への広報・PRは、ちらし・ポスターの作成・配布、ウェブサイト活用、広報紙等への掲載などの方法が考えられます。また、常設スペース利用者への直接の呼びかけなども有効です。

 **広報の方法を決めていますか？**

- ちらし、ポスターの作成（ポスティング、新聞折込、公共施設等への掲示）
- 行政ウェブサイトでの案内
- 広報紙での紹介
- 出前講座等での紹介
- イベント、駅前や商業施設等でのちらし配布
- ごみ減量等推進員、団体等と連携した広報
- その他（メールマガジン、回覧板など）

- ・モデル事業においては、広報紙での紹介、公共施設・常設スペース内にポスター・ちらしの掲示などを実施しました。
- ・粗大ごみ受付時、転入・転出の手続きなどの際に案内するなどの工夫も有効です。
- ・ちらし・ポスターの作成・配布には、一定の予算が必要となります。例えば、広報紙への同封、回覧板等の活用によってこれらのコストを削減することもできます。
- ・常設スペースに訪問して欲しいターゲット層が明確な場合、例えば、子ども・ベビー用品のリユースを対象にする場合には、幼稚園・保育園・小学校などに協力してもらい、その父母に参加してもらうことも効果的と考えられます。

## 6) 常設交換場所の運営・管理

常設交換場所の運営・管理は、常設スペース運営事業者が担う形になります。

具体的には、リユース品の住民からの受取、リユース品の管理・陳列、リユース品の住民への引渡、効果測定に必要な数量・重量等の計測及びアンケートの実施などを行う必要があります。

 **常設交換場所の運営・管理に際して必要な事項を運営事業者と事前にしっかりと確認していますか？**

- ・常設スペース運営事業者が、住民への対応・効果測定などの運営・管理業務を担っていくことになります。
- ・事前に運営事業者としての役割をきちんと確認しておきましょう。

## 7) リユースの利用状況の確認

実施段階においては、住民の利用状況・効果測定が必要となります。

準備段階に検討した効果測定の方法に則って、資源運営ステーションの運営者の協力の下、リユースの利用状況を確認します。

## 8) より効果的な事業とするための工夫

住民の方に常設交換場所の利用を促すため、例えば、粗大ごみ収集の受付センターでオペレーターから常設交換場所の利用を促すといったことが考えられます。

ただし、リユース可能なものであるか、対象品目となっているものであるかをきちんと確認した上で案内を行う必要があります。

<input type="checkbox"/> <b>粗大ごみ収集の受付センター等から常設交換場所の利用を促しますか？</b>
--

- |   |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>・モデル事業において、武豊町では、ごみの捨て方についての問い合わせがある際に、常設交換場所の利用を促しました。</li></ul> |
|---|

## 4.5 リユース品回収方式

## (1) 「リユース品回収方式」での実施事項の整理

リユース品回収方式を実施する場合、準備・実施において必要な調整・決定事項を図表 38 に整理します。市町村において必要な事項としては、

- ・**準備段階**では、リユース業者の選定、住民の申込、持ち込み方法の検討、回収方法の検討、引渡方法の調整、効果測定の方法の検討など
- ・**実施段階**では、回収・受付の実施、リユース状況の確認、より効果的な事業とするための工夫などが必要となります。

図表 38 リユース品回収方式における市町村の実施事項

		市町村		リユース業者
			市町村が自ら実施する場合	
準備段階	1) リユース業者の選定	・リユース希望品目の設定 ・リユース業者の選定	・リユースの販売・提供場所の検討	・引取品目の調整
	2) 住民の申込、持ち込み方法の検討	・住民の引取希望の申込方法の検討 ・住民の持ち込みの受付方法の検討		・リユース可能かの判断基準を相談協議
	3) 回収方法の検討	・下見の有無、回収方法・頻度等の検討		
	4) 引渡・引取方法の調整	・査定・買取頻度の調整	・住民への引渡方法の検討	・一次選別の方法・基準の協議
	5) 効果測定の方法の検討	・想定される効果の整理 ・効果測定方法の検討		・効果測定の実施方法の検討
実施段階	6) 回収・受付の実施	・住民からの回収及び、持ち込みの受付を実施		
	7) リユース状況の確認	・査定・買取への立会い	・住民への引渡	・査定・買取の実施
	8) より効果的な事業とするための工夫	・取組の認知度の向上のためのPR		・PRへの協力
必要となる予算(主な費目)		・回収費用（人件費・車両費等） （自ら実施する場合） ・販売・提供場所の備品費 ・運営費用（人件費等） ・賃貸料・光熱費等		

※販売する主体が、リユース業者か市町村かによって実施事項は異なるが、ここではリユース業者が販売することを前提に整理した。自ら実施する場合に、追加的に実施すべき事項については斜体で記載した。

## (2) 「リユース品回収方式」実施の際の留意点

### 1) リユース業者の選定

粗大ごみ等の収集・処理の状況より、どの品目をリユースしたいかある程度検討しておく必要があります。その上で、対応可能と考えられるリユース業者と連携する必要があります。

また、市町村自らリユース品の販売・提供を実施する場合には、販売・提供場所を検討する必要があります。

- |  |
|--|
| <p><input type="checkbox"/> <b>地域にどのようなリユースショップがあるか確認しましたか？</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・電話帳、インターネット検索のほか、業界団体・企業のウェブサイトなどでも確認ができます。大別すると、店頭買取、出張買取、宅配買取の3つに分類されます。</li> <li>・市町村選別方式の場合には、出張買取に対応しているリユースショップが望ましいです。（店頭買取、宅配買取の事業者でも相談・協議次第で実施できる可能性があります。）</li> <li>・リユース業界団体のウェブサイトにて加盟企業の情報を確認できます。           <ul style="list-style-type: none"> <li>■ JRCA（ジャパン・リサイクル・アソシエーション）URL：<a href="http://www.jrca-reuse.com/">http://www.jrca-reuse.com/</a></li> <li>■ JRO（日本リユース機構）URL：<a href="http://www.jro.or.jp/">http://www.jro.or.jp/</a></li> <li>■ JRAA（日本リユース業協会）URL：<a href="http://www.re-use.jp/">http://www.re-use.jp/</a></li> </ul> </li> </ul> |
| <p><input type="checkbox"/> <b>どのような品目をリユースしたいか検討していますか？</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・粗大ごみ等の収集・処理の状況より、どのような品目でリユースの可能性がありそうか、リユースを進めていきたいか確認してください。（この時点で特定する必要はありません。詳細は、実物を見ながら、リユース業者と相談・協議して決定してください）</li> <li>・リユース業者によって取扱品目は異なり、買取りできる品目／できない品目があります。</li> </ul>  |
| <p><input type="checkbox"/> <b>連携するリユース業者の選定方法を検討しましたか？</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・連携するリユース業者が、法令遵守の徹底はもちろん、引き取った製品のトレーサビリティの確保など、信頼できる事業者か確認する必要があります。</li> <li>・モデル事業では、リユース業界団体から紹介を受けて、連携先を選定いたしました。</li> </ul>   |
| <p><input type="checkbox"/> <b>（自ら実施する場合）販売・提供場所を検討しましたか？</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市町村自ら事業を実施する場合や公社等に委託する場合には、収集したリユース品を販売・提供する場所を検討する必要があります。</li> <li>・クリーンセンターや公共施設の一部などで行う事例も多くありますが、住民が気軽に立ち寄れるような場所である方が集客面からは望ましいと考えられます。実施事例の中には、商業施設に隣接した場所や道の駅といった多くの人が訪れる場所で販売・提供を行っているものもあります。</li> </ul>  |

### 2) 住民の申込・持ち込み方法の検討

住民からの申込方法及び持ち込み方法について、検討する必要があります。加えて、リユース品の引取基準の設定も重要です。リユース業者と連携する場合は、リユース業者との事前の調整・すり合わせを行って、引取基準を設定する必要があります。

申込・持ち込み方法の検討にあたっては、回収を無料で行うのか、買い取りや何らかのインセンティブを付与するのかといったことも検討する必要があります。

**リユース品の引取基準を設定しましたか？**

- ・住民が申込の際に、参考になるようなリユース品の引取基準を設定している事例もあります。（例えば、使用している年数、破損・汚れの有無 等の明示）
- ・ただし、使えるものでも住民のニーズがないものは、結果的にリユースされない場合があります。実際のリユース品の引渡状況を踏まえて、引取基準は柔軟に変更する必要があります。
- ・リユース業者と連携する場合は、リユース業者との事前の調整・すり合わせが重要となります。

**住民にとって何らかのインセンティブとなる仕組みを取り入れましたか？**

- ・住民からのリユース品の申込や持ち込みを増加させるには、住民にとってインセンティブとなるようなメリットを提示することが有効です。
- ・粗大ごみ等の収集・処理を有料で行っている場合は、リユース品の回収を無料で行うことで、住民がリユース品の回収に対してリユース品として出すインセンティブを付与している事例もあります。
- ・また、持ち込んでいただいた住民に地域の商店街の買い物券の抽選ができるポイントを付与することで、持ち込みを促すといった取組を行っている事例もあります。

### 3) 回収方法の検討

住民から回収の依頼があった場合に、市町村が回収を行います。市町村自身で回収を行うのか、公社等に委託して回収を行うのか、リユース品の流れを事前に相談・協議しておく必要があります。環境省によるアンケート調査によると、リユース品の回収を行っている 59 の自治体のうち、33 の自治体が委託で回収を行っており、委託先としては収集業者（42.4%）、シルバー人材センター（21.2%）の割合が多い傾向にあります。

**回収の方法・頻度について検討しましたか？**

- ・住民から回収を行う場合、下見を実施してから回収する事例と下見をせずに回収を行う事例があります。下見を行う場合は、コストがかかりますが、リユース出来るかをしっかりと見極めた上での回収が可能です。
- ・住民の利便性にも考慮しつつ、効率的に回収できるように、適切な形で回収頻度を設定する必要があります。

#### 4) 引渡・引取方法の調整

リユース業者への引渡頻度や引渡方法について、事前に相談・協議しておく必要があります。また、市町村自ら事業を実施する場合には、住民への引渡方法を検討する必要があります。

1 つのリユース業者と相対取引をするのではなく、複数のリユース業者の入札により売却金額を決めている自治体もあります。

##### (自ら実施する場合)住民への引渡方法を検討しましたか？

- ・リユース品の住民への引渡方法を、有償／無償のどちらにするのか決定する必要があります。
- ・有償の場合は、どのような価格設定にするのか、無償の場合は、抽選とするのか／先着順とするのかといったことを事前に決めておく必要があります。

#### 5) 効果測定の方法の検討

事業の効果を検証する上でも、リユース品回収方式の実施に伴う効果測定の方法を検討する必要があります。

具体的には、リユース品回収の利用者数、回収したリユース品の数・重量、引き取ったリユース品の数・重量、販売したリユース品の数・金額といったデータやアンケート等による利用者からの評価を把握することが考えられます。

##### 効果測定の方法を検討しましたか？

- ・リユース品回収の利用者数、回収したリユース品の数・重量、引き取ったリユース品の数・重量、販売したリユース品の数・金額といった定量的なデータやアンケートによる利用者の意向などの定性的なデータを収集することで、リユース品回収の取組の効果を見える化することに繋がります。
- ・コストと収入と比較した費用対効果だけではなく、住民への普及啓発効果なども加えて、考える必要があります。

#### 6) 回収・受付の実施

市町村は住民の申込を受けて、リユース品の回収を行います。また、直接の持ち込みも受け付けている場合は、引取場所での受付も行います。

## 7) リユース状況の確認

リユース業者と連絡調整の上、査定・買取を行います。査定・回収の方法、リユース業者の買取に伴う収入（売却収入）の取扱方法など、市内・リユース業者と協議・相談して決める必要があります。

また、市町村自ら実施する場合も、同様に、収入の取扱方法などについて、協議・相談が必要となります。

 **収入の取扱はきまっていますか？**

- ・市町村自ら事業を実施する場合は、委託している公社等の組織の運営費に充てる事例と市の歳入としている事例の2通りがあります。
- ・市町村が委託により事業を行う場合は、事業の実施にあたっての役割分担や公社等の組織への委託の内容などと合わせて収入の取扱を決める必要があります。

## 8) より効果的な事業とするための工夫

より効果的に事業を実施するための工夫としては、住民に向けての広報・PRが考えられます。

 **住民に向けての広報・PRについて検討しましたか？**

- ・質の高いリユース品を継続的に回収するためにも、住民に向けての広報・PRは重要となってきます。合わせて、市町村自ら事業を実施する場合は、多くの住民に利用して頂くためにも、広報・PRが重要となってきます。

#### 4.6 市町村回収後選別方式

##### (1) 「市町村回収後選別方式」での実施事項の整理

「市町村回収後選別方式」における、準備、実施の各段階での市町村、リユース業者の実施事項を図表 39に整理します。市町村において必要な事項としては、

- ・ **準備段階**では、リユース業者の選定、住民への意向確認方法の検討、ストックヤードの調整、効果測定の方法の検討、引渡方法の調整など
- ・ **実施段階**では、リユース利用状況の確認、より効果的な事業とするための工夫などが必要となります。

図表 39 市町村回収後選別方式における市町村、リユース業者の実施事項

	市町村	リユース業者
準備段階	1) リユース業者の選定	・リユース希望品目の設定 ・リユース業者の選定
	2) 住民のリユース意向確認方法の検討	・住民のリユース意向確認方法を検討・決定
	3) スtockヤードの選定・調整	・ストックヤードの調整・確保
	4) 効果測定の方法の検討	・想定される効果の整理 ・効果測定方法の検討
	5) 引渡方法の調整	・一次選別の方法・基準 ・査定・買取頻度の調整
実施段階	6) リユース状況の確認	・査定・買取への立会い
	7) より効果的な事業とするための工夫	・リユース業者との協議・相談による一次選別の精度向上
必要となる予算(主な費目)		・選別費用(人件費等) ・ストックヤードの整備費・賃料

##### (2) 「市町村回収後選別方式」実施の際の留意点

###### 1) リユース業者の選定

粗大ごみ等の収集・処理の状況より、どの品目をリユースしたいかある程度検討しておく必要があります。その上で、対応可能と考えられるリユース業者と連携する必要があります。

**地域にどのようなリユースショップがあるか確認しましたか？**

- ・電話帳、インターネット検索のほか、業界団体・企業のウェブサイトなどでも確認ができます。大別すると、店頭買取、出張買取、宅配買取の3つに分類されます。
- ・市町村選別方式の場合には、出張買取に対応しているリユースショップが望ましいです。（店頭買取、宅配買取の事業者でも相談・協議次第で実施できる可能性があります。）
- ・リユース業界団体のウェブサイトにて加盟企業の情報を確認できます。
  - JRCA（ジャパン・リサイクル・アソシエーション） URL：<http://www.jrca-reuse.com/>
  - JRO（日本リユース機構） URL：<http://www.jro.or.jp/>
  - JRAA（日本リユース業協会） URL：<http://www.re-use.jp/>

**どのような品目、どのように収集したものをリユースしたいか検討していますか？**

- ・粗大ごみ等の収集・処理の状況より、どのような品目でリユースの可能性がありそうか、リユースを進めていきたいか確認してください。（この時点で特定する必要はありません。詳細は、実物を見ながら、リユース業者と相談・協議して決定してください）
- ・また、行政が戸別収集する粗大ごみ、住民がクリーンセンター等に自己搬入する粗大ごみ、いずれを（または両方）対象とするか検討する必要があります。
- ・リユース業者によって取扱品目は異なり、買取りできる品目／できない品目があります。

**連携するリユース業者の選定方法を検討しましたか？**

- ・連携するリユース業者が、法令遵守の徹底はもちろん、引き取った製品のトレーサビリティの確保など、信頼できる事業者か確認する必要があります。
- ・モデル事業では、リユース業界団体から紹介を受けて、連携先を選定いたしました。

## 2) 住民のリユース意向確認方法の検討

排出者（一般住民）と引取者の間に何らかの契約関係の成立を観念できる場合、リユースの可否を確認するという手順が欠けると、問題を生じる恐れがないとは言えない※ため、当該製品をリユースしても良いか排出者に確認を行うことが望ましいと考えられます。

モデル事業においては、排出者から粗大ごみを引き取る際に、当該製品をリユースしても良いか排出者に確認して実施しました。

※リユース意向確認に関する考え方は次ページを参照。

**住民のリユース意向の確認方法を検討していますか？**

- ・モデル事業においては、戸別収集、自己搬入のいずれにおいても、ちらし等を用いて事業概要を説明、リユースしてもよいかの確認・署名をもらいました。
- ・署名の方法としては、“リユースしてもよい”場合に署名する方法、“リユースしたくない”場合に署名する方法のいずれも実施しました。
- ・戸別収集では、住民と対面し、その場で重量測定・処理料金徴収して収集する形式でした。対面して収集する際に、ちらし等を用いて事業概要を説明、趣旨に賛同してくれる方の製品を対象としていました。
- ・自己搬入の場合には、受付時・処理料金徴収時に、ちらし等を用いて事業概要を説明、趣旨に賛同してくれる方の製品を対象としていました。

図表 40 リユース意向の確認・署名方法（左：秦野市、右：綾部市）



（参考）粗大ごみ等のリユース時の留意点（専門家からの助言）

- 通常の排出過程（いわゆる不用品をごみとして処分する）というプロセスから、リユース可能なものを抽出する場合には、排出＝廃棄＝所有権放棄と理解すれば民事法上の問題は特に生じないと思われる。
- ただし、リユース業者にしろ行政にしろ、排出者（一般住民）と引取者の間に何らかの契約関係の成立を観念できる場合、リユースの可否を確認するという手順が欠けると、問題を生じる恐れがないとは言えない。
- 当事者間の契約の解釈にもよるが、引き取る側はまさに「不用品を引き取ること」が契約（義務）の内容と理解するのが一般的だと考えられ（買い取りならば、売買による所有権移転ですので問題は生じないと考えます）、排出者側は場合によっては「引き取って【廃棄してくれる】こと」を契約内容と考える可能性があるということになる。
- また、ステーション回収を行っている場合、各地区のごみステーションからのピックアップを市町村や委託事業者ではなく、市民がもたないからとリユース品としてピックアップすることは、リユースの可否に関する確認の有無に関わらず、市民の善意であっても窃盗行為にあたるため注意が必要である。

※専門家からいただいたご助言を記載したものです。上記以外の解釈も考えられますので留意ください。

### 3) スtockヤードの調整・確保

収集した粗大ごみ等のうち、リユースできると考えられる製品を一次選別し、保管します。広さや環境などは、対象とする品目、リユース業者による買取頻度などによりますが、リユース業者とも協議・相談の上、確保する必要があります。

**十分なStockヤードは確保できていますか？**

- ・リユースするためには、屋根付きのスペースで保管する必要があります。
- ・広さなどは、対象とする製品の種類・リユース業者の買取頻度にもよりますが、庁内およびリユース業者との調整が必要となります。
- ・モデル事業では、車両駐車スペース（屋根あり）にブルーシートで保護して保管したケース、倉庫（屋根あり、施錠可能）の棚やプラスチックボックスなどに保管していたケースがあります。

#### 4) 効果測定の方法の検討

事業の効果を検証する上でも、回収後選別方式の実施に伴う効果測定の方法を検討する必要があります。

具体的には、選別したリユース品の数・重量、販売出来たリユース品の数・重量・金額といったデータやアンケート等による利用者からの評価を把握することが考えられます。

#### 5) 引渡・引取方法の調整

市町村が収集した粗大ごみ等のうち、まだリユースできると考えられる製品を対象に一次選別、ストックヤードにて保管します。どのような製品であればリユースショップで買取ができるのか、事前に相談・協議しておく必要があります。

##### 一次選別の方法・基準について検討しましたか？

- ・市町村が収集した粗大ごみ等のうち、リユースできると考えられる製品を対象に一次選別します。このとき、“どのような条件のものを一次選別するか”について、リユース業者と相談・協議しておく必要があります。
- ・モデル事業においては、まずは、一次選別の担当者が”リユースショップの店頭にあつたら買いたいもの”を対象に選別、その後、査定・買取の際に、リユース業者と相談・意見交換を行うことで、徐々に基準を精査していきました。

#### 6) リユース状況の確認

一時保管していた製品の数量を踏まえて、リユース業者と連絡調整の上、査定・買取を行います。査定・回収の方法、リユース業者の買取に伴う収入（売却収入）の取扱方法など、庁内・リユース業者と協議・相談して決める必要があります。

##### 査定・買取の手順について検討しましたか？

- ・一定の量がストックされた時点で、リユース業者による査定・買取を実施します。その際、その場で査定・買取金額まで決定するのか、一旦店舗に持ち帰ってから買取金額を決めるのか、などのケースが想定されます。リユース業者と協議・相談をして決める必要があります。

##### 収入の取扱はきまっていますか？

- ・モデル事業においては、リユース業者の買取に伴う収入（売却収入）は、雑収入として処理していました。いずれも明細とともに、現金で受け取っていました。

## 7) より効果的な事業とするための工夫

より効果的に事業を実施するための工夫としては、リユース業者との協議・相談による一次選別の精度向上、住民に向けての広報・PRが考えられます。

 **リユース業者との協議・相談による一次選別の精度向上について検討しましたか？**

- ・モデル事業においては、査定・買取の際に、リユース業者と相談・意見交換を行うことで、徐々に基準を精査していきました。
- ・具体的な製品を見ながら、どのような点がリユースできるかどうかの判断基準となるか、意見交換を進めることで、一次選別した製品のうち、買取ができない製品の数は徐々に減少していきました。

 **住民に向けての広報・PRについて検討しましたか？**

- ・自己搬入された粗大ごみ等の中には、“付属品が無いために買取ができなかった”といった製品もありました。
- ・これは、住民は廃棄するつもりで自己搬入しており、例えば電化製品のリモコンなどを持参しないケースが少なくありません。住民に広く広報・PRすることで、リユースされる可能性がある、ということを前提に排出してもらうことで、リユースできる製品は増えていくと期待されます。

## 5. 各方式の取組に必要なコストに関する整理

各方式に要する費用について、モデル事業の実績よりコストの一例として整理します。

実際にリユースの取組を始める際の参考としてください。

ただし、実際に取組を始める際にかかる費用は、地域の状況により異なることに注意する必要があります。また、モデル事業を実施した当時の実績を利用しているため、現在と費用が変更となっている可能性もあります。

一方で、各方式の取組に必要なコストに対して、取組を行うことで得られるコスト削減効果や定性的な便益も事業を実施する場合には考慮する必要があります。

例えば、コスト削減に繋がる項目としては、粗大（大型）ごみの収集・運搬・処理費用の削減、リユース品の販売による収入の増加といったことが考えられます。加えて、「1.1 市町村で使用済製品等のリユースに取り組む意義・期待される効果」でも整理したように、様々な多面的な効果が期待されています。

### 5.1 すべての方式に関連するコスト

#### (1) 広報・PR 関連のコスト

広報・PR 関連のコストとしては、ちらし・ポスター印刷費や配布費用（新聞折込費用等）が必要となります。

ちらし・ポスター作成費用の一例としてモデル事業を行った自治体の費用を整理すると下記のとおりです。ちらしは1枚あたり約2円～10円ほどの費用がかかっています。

作成物	枚数	費用	1枚あたり
ちらし	33,000部	235,200円	7.1円
ちらし	40,000部	378,000円	9.5円
ちらし	135,000部	276,412円	2.0円

また、配布方法の一例である新聞折込は1世帯あたり約3～4円程度でした。また、シルバー人材センターに全戸配布の依頼を行った自治体は、1世帯あたり約13円～20円程度でした。

配布物	配布部数	費用	1世帯あたり	委託先
ちらし	133,725世帯	365,069円	2.7円	新聞折込（A4）
ちらし	264,200世帯	1,015,679円	3.8円	新聞折込（A3）
ちらし	33,000世帯	424,400円	12.9円	シルバー人材センター
ちらし	32,280世帯	539,610円	16.7円	シルバー人材センター
ちらし	37,000世帯	725,600円	19.6円	シルバー人材センター

他にも、モデル事業の中には、広報紙等にちらしを折り込むという形で配布費用を節約した事例もありました。

## 5.2 交換掲示板方式に関連するコスト

### (1) ウェブ掲示板システムの構築

ウェブ掲示板システムの構築にかかる費用の一例として、モデル事業の事例を整理すると、下記のとおりです。既存の市町村ホームページに、不用品交換掲示板のウェブサイトを開設し、申込メールフォームや管理者のためのデータ整理、メール通知機能を導入した場合には、約70万円の費用がかかりました。

支出項目	内容	支出金額
不用品交換掲示板ウェブサイトの構築（既存ホームページへの機能追加）	申込メールフォーム、利用方法・情報掲載ページの作成、交渉中のステータス表示機能、データ整理機能、メール通知機能等	700,000 円

## 5.3 イベント方式に関連するコスト

### (1) イベント運営関連の備品・消耗品関連コスト

イベント方式での会場費・消耗品費等は、公共施設（庁舎、公民館など）を利用すると安価に抑えることができます。また、会場となる適切な公共施設が無い場合には、近隣のイベント施設等を借りることも想定され、例えば、800人程度の利用があった前橋市では前日準備も含めて2日間会場を手配し、約20万円（机・いす・音響等の備品、控室等の費用含む）の費用がかかりました。

消耗品としては、どのような会場で、どのような品目を対象にイベントを開催するかで異なりますが、例えば、陳列時に使用するブルーシートや衣類用のハンガー、のぼり、会場内の案内版などが想定されます。

支出項目	支出金額
会場費（週末2日間、900m <sup>2</sup> の会場、音響等備品含む）	197,750 円
のぼり旗（30本）	119,700 円
ブルーシート（16本）	78,960 円
屋外用アルミ立看板（2台）	88,200 円

### (2) 必要人員

イベント方式において必要な人員について、モデル事業の事例をもとに整理すると、例えば、400人程度の来場者数に対して、職員が5～6名、ボランティアスタッフが15～16名を配置、また、800人程度の来場者数のイベントにおいて、職員・ボランティアスタッフ等、前日準備及び当日対応の合計で延べ280時間、合計で30名程度が参加し、駐車場や会場内の案内、受付、品物陳列作業、アンケート依頼・回収等を行いました。

来場者数 (人)	持ち込み		持ち帰り		職員数 (人)	ボランティア スタッフ (人)
	人数 (人)	重量 (kg)	人数 (人)	重量 (kg)		
400	221	1,896	230	1,333	5	15
450	228	1,534	279	968	6	16
800	600	4,970 <sup>※1</sup> (1,760)	800	3,915	約 15 <sup>※2</sup>	10 数名 <sup>※2</sup>

※1：持ち込み重要について、事前収集が 3,210kg、当日持ち込み 1,760kg、合計で 4,970kg

※2：前日準備、当日従事の合計で延べ 280 時間（人数は概算）

### (3) イベント保険

イベント開催においては、特約を付帯する傷害保険に加入することも考えられます。例えば、前橋市においては、平成 26 年度のリユース宝市において、施設入場者の傷害危険補償特約を付けた普通傷害保険に加入しています。なお、被保険者数 800 人に対して、6,400 円の費用でした。

施設入場者の傷害危険補償特約付普通傷害保険は、様々な損害保険会社が商品を販売しており、補償内容を確認し適切な商品を選択することが必要です。

## 5.4 常設交換方式に関連するコスト

### (1) 備品・消耗品関連のコスト

モデル事業を行った武豊町では、たけとよリユースステーション、おおはしリユースステーションの開設に当たり、看板作成やリユース品を陳列するためのコンテナボックスなどを購入し、常設交換スペースの整備を行いました。

支出項目	支出金額
看板作成費（A 型看板 600 mm×900 mm 5 個）	140,940 円
陳列用コンテナボックス購入費（75 個）	153,090 円
ちらし等設置用簡易テーブル（2 台）	40,176 円
デジタル式測り	16,200 円

### (2) 人件費

武豊リユースステーションの運営のために、週 3 日 13 時～15 時にリユース品の交換受付業務を委託する予定であり、153 日分の人件費 497,250 円を平成 27 年度の予算に計上しています。

## 5.5 リユース品回収方式に関連するコスト等<sup>8</sup>

リユース品回収方式では、回収したリユース品を販売することによる販売収入が得られます

<sup>8</sup> 平成 22 年度「使用済製品等のリユース促進事業研究会」報告書をもとに作成

（無償譲渡の場合には0円）。また、コストについては、「誰が」、「どのようにリユース品回収を行うか」、「どのように販売（または譲渡）するか」という点で大きく異なります。ここでは、平成22年度の環境省調査より以下の3事例をもとに紹介します。

地域	リユースの取組
市川市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「市川市リサイクルプラザ」にて、リユース品を引取、販売。</li> <li>・リユースを前提として収集しており、市民は不用品発生時に市川市リサイクル公社に電話。職員が下見をして、リユース可能なものは、後日引取りに行く（無料）</li> <li>・リユース対象は、家具類、ベビー用品など。</li> </ul>
真庭市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「リサイクルプラザまにわ」にて、家庭で不用になった家具、家電製品、生活関連用品などのリユース品を受入、希望者に無償または有償で譲渡している。</li> <li>・「リユースプラザ醍醐の里」においても、不用品を無料提供してもらい、希望者に無償または有償で譲渡している。</li> <li>・2施設ともに、市がボランティア団体に運営委託。</li> </ul>
熊本市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「熊本市リサイクル情報プラザ」にて、家庭で不用になった家具、家電製品、本、衣類などをリユースしている。</li> <li>・品目ごとにリユース基準を定め、基準に合致するものを収集、または持ち込みしてもらう。</li> <li>・同施設で展示し、希望者に無償で譲渡している。</li> </ul>

※いずれも平成22年度調査時点の取組内容。

### （1）リユース品の販売による収入

住民からリユース可能なもの回収または持込みを受けて、その製品を修理・メンテナンスを行った上で販売することで、リユース品の販売による収益が得られます。

収益は規模やどのような製品を対象とするかによって収入は異なります。また、熊本市では市民に対して無償で譲渡しているが、リユース品の譲渡を受けた方には「ふるさとの森基金」への募金をお願いしています。

リユース品販売の売上額（平成21年度）

	拠点	販売・譲渡した点数	売上額
市川市	市川市リサイクルプラザ	7,511	2,344 万円
真庭市	リサイクルプラザまにわ	16,181	370 万円
	リユースプラザ醍醐の里	1,842	24 万円
熊本市	熊本市リサイクル情報プラザ	18,413	—

※熊本市では、無償譲渡で提供

### （2）追加的に発生する費用（リユース品回収、販売など）

リユースの取組みのために追加的に人員が必要となります。主な内容として、リユース品の引取りにかかる人件費、製品の管理、販売・譲渡にかかる人件費などが想定され、修理・修繕を行う場合には工具類等も必要となります。新たに施設を手配する場合には施設賃料、光熱水

費なども必要となります。例えば、公社、シルバー人材センター、市民団体等に運営を委託することも考えられます。

	拠点	追加的に発生する費用の概要
市川市	市川市リサイクルプラザ	<ul style="list-style-type: none"> <li>市川市から市川市清掃公社に委託し実施。ただし、リユース販売事業以外に、「フリーマーケットの開催」「普及啓発・情報提供」などの事業も合わせて委託。</li> <li>修理・メンテナンスは、市川市清掃公社からシルバー人材センターに委託。</li> <li>上記以外に、光熱水費・消耗品費、通信費、土地建物賃借料・車両リース料。</li> </ul>
真庭市	リサイクルプラザまにわ	<ul style="list-style-type: none"> <li>真庭市が運営団体（リサイクルプラザまにわの会、ボランティア団体）に運営の一部を支援（委託費）。</li> <li>運営余剰金は、市に返還される。</li> <li>施設は真庭市施設を利用、賃料は発生していない。</li> </ul>
	リユースプラザ醍醐の里	<ul style="list-style-type: none"> <li>真庭市が運営団体（まにわりユースプラザの会、ボランティア団体）に運営の一部を支援（委託費）。</li> <li>施設は平日無人のため「道の駅醍醐の里」に施設開閉を依頼しており、運営団体より手数料を支払う。</li> </ul>
熊本市	熊本市リサイクル情報プラザ	<ul style="list-style-type: none"> <li>熊本市が直営で実施。嘱託職員4名。</li> <li>修理等業務はシルバー人材センターに委託。</li> <li>不用品回収等に使用する車両修理・燃料・車検等費用。</li> <li>なお、現在、指定管理者制度の利用を検討中。</li> </ul>

## 5.6 市町村回収後選別方式に関連するコスト

### (1) スtockヤードの確保・整備費用

市町村回収後選別方式においては、一次選別をしたリユース品を保管するスペースが必要となります。

この際、選別実施場所において、一次選別したリユース品が適切に保管できる場所（盗難等の恐れがない、施錠できる、屋根があるなど）があれば、新たな費用は必要ありません。秦野市では平成23年度まで使用していた倉庫が他の用途で使用することになり、平成24年度から施設敷地内に新たなストックヤードとなる物置を設置しています。

### (2) 必要人員

作業担当者が従来業務に加えて、リユース品の選別を行う場合、新たに人員を配置する必要はなく、従来業務の延長線上での対応が可能です（ただし、選別による手間・時間はかかっており、厳密には人件費は発生しています。）。

モデル事業では、現場での作業担当者に依頼をしてリユース品を選別しており、追加の人員を配置する等の対応は行っていません。

## 6. 参考資料（URL）

### （1）第三次循環型社会形成推進基本計画

第四次環境基本計画に基づき策定された第三次循環型社会形成推進基本計画（平成 25 年 5 月 31 日閣議決定）において国内における取組の 1 つとして「2 R の取組がより進む社会経済システムの構築」が掲げられています。

<第三次循環型社会形成推進基本計画>

[http://www.env.go.jp/recycle/circul/keikaku/keikaku\\_3.pdf](http://www.env.go.jp/recycle/circul/keikaku/keikaku_3.pdf)

### （2）使用済製品等のリユース促進事業研究会

製品の使用期間の長期化や廃棄物の発生抑制に寄与するとともに、製品製造時、廃棄時の資源消費・環境負荷を回避することに繋がると考えられる各種の使用済製品等のリユースの推進についての調査検討を平成 22 年度より継続して実施しています。

<使用済製品等のリユースの促進について>

使用済製品等のリユース促進研究会の会議資料・報告書等が掲載されています。

<http://www.env.go.jp/recycle/circul/reuse/>

<平成 22 年度使用済製品等のリユース促進事業研究会報告書>

千葉県市川市、東京都町田市、岡山県真庭市、熊本県熊本市のリユースの取組の概要と粗大ごみ組成調査の調査結果が掲載されています。

<http://www.env.go.jp/recycle/report/h23-01/index.html>

<平成 23 年度使用済製品等のリユース促進事業研究会報告書>

モデル事業にて、リユース事業者リスト方式を実施した愛知県大府市、大阪府泉大津市、群馬県明和町、東京都世田谷区、市町村回収後選別後選別方式を実施した神奈川県秦野市、京都府綾部市の取組の概要と利用状況・成果が掲載されています。

<http://www.env.go.jp/recycle/circul/reuse/confs/rep23-1.pdf>

<http://www.env.go.jp/recycle/circul/reuse/confs/rep23-2.pdf>

<http://www.env.go.jp/recycle/circul/reuse/confs/rep23-3.pdf>

<平成 24 年度使用済製品等のリユース促進事業研究会報告書>

モデル事業にて、交換掲示板方式を実施した大阪府泉大津市、イベント方式を実施した東京都町田市の取組の概要と利用状況・成果が掲載されています。

<http://www.env.go.jp/recycle/circul/reuse/confs/rep24-1.pdf>

<http://www.env.go.jp/recycle/circul/reuse/confs/rep24-2.pdf>

<平成 25 年度使用済製品等のリユース促進事業研究会報告書>

モデル事業にて、イベント方式を実施した群馬県前橋市、神奈川県葉山町の取組の概要と利用状況・成果が掲載されています。

<http://www.env.go.jp/recycle/circul/reuse/houkoku01.pdf>

<http://www.env.go.jp/recycle/circul/reuse/houkoku02.pdf>

### (3) リデュース・リユース取組事例集

住民、事業者、行政など、地域の様々な主体が連携して取り組んでいる先進的な 2R の事例を取りまとめた事例集です。

「リデュース・リユース取組事例集～資源がもっと活きる未来へ。2R の推進に向けて～」

<http://www.env.go.jp/recycle/circul/2r/attach/cases.pdf>

### (4) 適正なリユース促進のためのちらし

適正なリユース促進に向けて、廃棄物処理法、個別リサイクル法（家電リサイクル法等）を中心に、リユース業界が遵守すべき法的環境の整理を平成 25 年度に実施しました。この成果を踏まえて、リユース業者が遵守すべき環境関連法について取りまとめたパンフレットと消費者向けにリユースショップを活用するためのポイント・留意点を取りまとめたパンフレットを作成しました。

連携する予定のリユース業者や住民に向けての普及啓発に活用することが出来るちらしとなっています。

<リユース業に関する環境関連法パンフレット～さらなるリユースの促進のために～>

<http://www.env.go.jp/recycle/circul/reuse/pamph01.pdf>

<ご家庭で使わなくなった製品はリユースショップを活用しましょう>

<http://www.env.go.jp/recycle/circul/reuse/pamph02.pdf>

### (5) リユース業界団体

リユース業界の健全な発展・良質なリユース業者の育成に向けた取組を実施している業界団体として、下記の 3 つの団体があります。

■ JRCA（ジャパン・リサイクル・アソシエーション）URL：<http://www.jrca-reuse.com/>

■ JRO（日本リユース機構）URL：<http://www.jro.or.jp/>

■ JRAA（日本リユース業協会）URL：<http://www.re-use.jp/>

参考：リユース事業者リスト方式ちらし（八王子市）

### リユースショップ利用時の注意事項

- ・買取りには本人確認のための証明書の提示が必要となります。
- ・査定のための手数料はありません。査定結果を確認のうえ、買取りの依頼を取り下げることができます。
- ・査定を受けても、買取りができない場合があります。買取りができない製品の引き取りは行っていません。
- ・店舗に持参され、買取りが行われなかった場合、持参した方の負担で帰っていただく必要があります。
- ・宅配で査定をし、買取りが行われなかった場合、返品のための送料を負担していただく場合があります。
- ・店舗により、未成年者（20歳未満）からは買取りができないことがあります。

このほか詳しくは各店舗までお問い合わせください。

### 八王子市のリユース取り組み

**リユースマート（北野町596-3 あったかホール2階）**  
 ご家庭で不用となった家具類、スポーツ用品、家電製品などを持ち込み、欲しい方に販売するコーナーです。また自転車屋が整備した、再生自転車の販売も行っています。  
 お問い合わせ：あったかホール TEL：042-645-0025

**エコにこセンター（多摩市唐木田2-1-1 多摩ニュータウン環境組合内）**  
 リサイクル家具・自転車の販売やゆずります／ゆずってくださいの情報交換ボード「YOU-YOUボード」が人気です。また、こみやリサイクルを中心とした書籍・資料（子ども向けもあり）の閲覧もできます。  
 お問い合わせ：エコにこセンター TEL：042-374-6210  
 FAX：042-374-6214

### リユースできない場合の処分方法

- ・リユースできず、ごみとして処分する場合は、下記の八王子市ホームページで確認するか、ごみ総合相談センターにお問い合わせください。
- ※八王子市の許可をもたない回収業者にごみを処分させるのは、違法となりますのでご注意ください。

お問い合わせ先

八王子市資源循環部ごみ総合相談センター  
**☎042-696-5353**  
 FAX：042-692-0900  
 八王子市ホームページ（<http://www.city.hachioji.tokyo.jp/>）  
 トップページ ⇒ ちらしの情報 ⇒ ごみ・リサイクル

発行

八王子市資源循環部ごみ減量対策課  
**☎042-620-7256**  
 FAX：042-626-4506

平成27年2月発行

【八王子市民の方へ】



八王子市

まだ使える その一品を

リユースショップへ

お持ちください



あなたの家に眠っている家具や衣類などはありませんか？

「あなたのいらなくなったモノが、他の人にとって価値のあるモノへ。」  
 リユースショップはこの仲介役を担っています。  
 使わなくなったものは、ぜひリユースショップへお持ちください。

さあ、リユースの扉を開きましょう！  
 あなたにぴったりのリユースショップが見つかるはず…。

NEXT 「リユース生活をはじめよう！」

参考：イベント方式ちらし（逗子市）

形を変えずにそのまま再利用するのが「リユース」。まあ、あんなにも「リユース」生活をしましょう！

# リユース

いいね！

エコ広場すし

2015年10月より燃やすごみ・不燃ごみが有料になります。ご家庭で不要なものを、必要な人に使ってもらうエコ広場『もったいない市』をご利用ください。

**出張**

## エコ広場 @SEIYU

### 1/23 1/24

10:00-16:00

西友逗子ハイランド店前

市役所内で好評のエコ広場「もったいない市」がハイランドに来ます。

エコ広場「もったいない市」は、逗子市のゴミ問題解決のため、特に最終処分場の延命のために始まったリユースの取り組みです。今年3月までの1年間で、市役所開設コーナーと出張合わせて延べ4万人以上が来場し、42トンの不用品がリユース・リサイクルとして活用されました。

環境省リユースモデル事業

主催：逗子市（資源循環課 046-873-1111）  
逗子ゼロ・ウェイストの会（松本 090-6488-0708）

## エコ広場 もったいない市

使えるものを捨てないで、必要な人のもとへ

ご家庭の『まだ使えるもの』をお持ちいただき、欲しい人が『無料で自由に』持ち帰る市です。

受付可能なもの

陶器・ガラス器	鍋や台所道具	日用雑貨	土産・人形・おもちゃ
洋服・靴 <small>靴は、ご家庭用のもので</small>	服飾品・バッグ	小型家電 <small>ASIOの音叉</small>	書籍・絵本

受付不可能なもの

スキー・ゴルフ用品	家具
大型家電	食品

持ってきていただくものは、**自分で使えるようなもの。かび、汚れ、壊れのないもの。**

**ポイントがつきます！**  
持ってきていただいた方にはエコポイントを差し上げます。10エコポイントで1Zenと交換できます。エコポイントカードは共通です。

資源回収コーナーもあります。

割れた陶器、ガラス器、使えない家庭金属、割り箸、アルミ付き牛乳パックを回収します。お持ちください！

逗子市役所1階市民ホールに開設（平日10:00～16:00、市役所開庁時）している他、出張もしています。

ひな人形・五月人形 リユースフェア

1/28(水)～1/30(金) 10:00～16:00

ひな人形、五月人形を必要な方に譲ります。期間中に持ち込み願っていただきます。

持参できない方は、写真可。

会場：逗子市役所一階ロビー  
申し込み・お問い合わせ：  
逗子ゼロ・ウェイストの会（松本 090-6488-0708）

いいね！リユースシンポジウム

2015年1月18日(日) 9:30～11:30

『スッキリ暮らす！素敵な生き方』

辰巳渚さん 講演会

家業塾 主宰、2000年刊行した『捨てる！技術』で消費社会の象徴である『物』に対する新しい哲学を提唱し、読者は130万部のベストセラーになる。

会場：逗子文化プラザさざなみホール

\*詳細は広報すし1月号と一緒に折り込まれるチラシをご覧ください。



## 第3章 中古衣類を対象とした海外でのリユース実態調査

### 1. 調査の目的

市町村の行政収集における資源回収や、市町村が補助金等により支援する団体が行っている集団回収等を通して集められた中古衣類が、どのような国に輸出され、活用されているかを把握するとともに、需要が少ない等により海外へ輸出できなかった衣類の処分方法について把握する。

### 2. 調査の方法

#### (1) 市町村等による中古衣類の回収状況

市町村及びその支援を受けた地域団体等が実施する使用済み衣類の回収状況について、文献調査及び統計データを用いて現状を整理した。

#### (2) 中古衣類の輸出状況

日本からの輸出状況の把握は、貿易統計を用いて直近 10 年間の中古衣類の輸出相手国及び輸出量、輸出金額を把握し、輸出相手国の上位 10 カ国の推移を整理する。また、輸出量と輸出金額から輸出単価を算出し、輸出相手国ごとの中古衣類の再商品化プロセスの傾向についても整理する。(コード：6309)

また、2013 年度実績での輸出先の上位 10 カ国については、UNcomtrade を用いて当該国における輸出総量と輸入総量から一人あたりの純輸入量等を算出し、再輸出の可能性が高い国について検討を行う。(コード：SITCRev.3/26901)

図表 41 統計データ整理の方針

調査内容	整理するデータ	年度	統計データ
日本からの中古衣類の輸出状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 輸出量</li> <li>・ 輸出金額</li> <li>・ 輸出単価</li> <li>・ *上位 10 カ国を対象</li> </ul>	2004 年 ～ 2013 年	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 貿易統計： 中古衣類 (コード 6309) 9</li> </ul>
日本の輸出相手国からの再輸出の状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 輸入総量</li> <li>・ 一人あたり輸入量</li> <li>・ 輸出総量</li> <li>・ 一人あたり純輸入量</li> <li>・ *2013 年実績の上位 10 カ国を対象</li> </ul>	2013 年	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ UNcomtrade： 中古衣類 (コード SITCRev.3/26901)</li> <li>・ World population prospects</li> </ul>

#### (3) 中古衣類の活用・処分状況

中古衣類の輸出を行っている中古衣類販売業者及び輸出業者に対してヒアリングを行い、中古衣類の選別基準、販売・輸出できない中古衣類の処分方法、輸出相手企業の業態（販売または選別）、相手国での需要、販売できなかった中古衣類の処分方法を把握する。

ヒアリング対象は、日本繊維屑輸出組合の会員企業から資源回収や集団回収により回収した古着・古布を扱っている事業者を、地域性を考慮して抽出した。

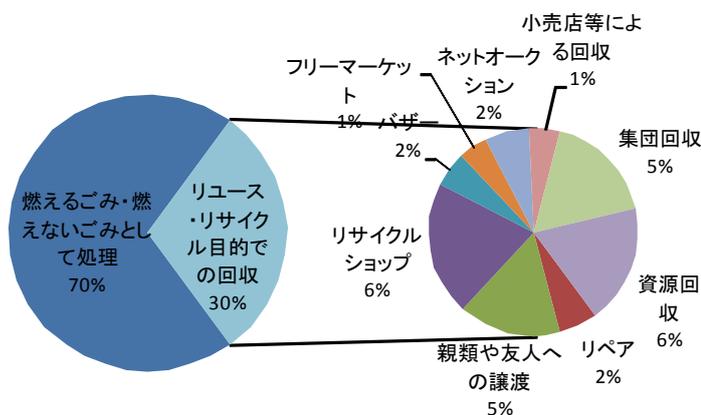
<sup>9</sup> 国内で回収された古着・古布のうち一部はウエスとして輸出されているが（貿易統計コード 63102）、本調査は中古衣類のリユースを想定した調査であるためここでは対象外とする。

### 3. 市町村等による中古衣類の回収状況

#### 3.1 家庭からの中古衣類の排出先

既往調査によると、家庭で不用になった衣類のうち、約70%は燃えるごみまたは燃えないごみとして処分され、約30%がリユースまたはリサイクル目的で回収されている。これらのうち、市町村が実施する「資源回収」と、市町村が補助金や奨励金の支出等により支援する団体が実施する「集団回収」は、全体の11%、リユース・リサイクル目的での回収方法の36%を占めており、集団回収と資源回収は中古衣類の主なリユース・リサイクル方法であると考えられる。

図表 42 不用になった衣類の処分方法（重量ベース）



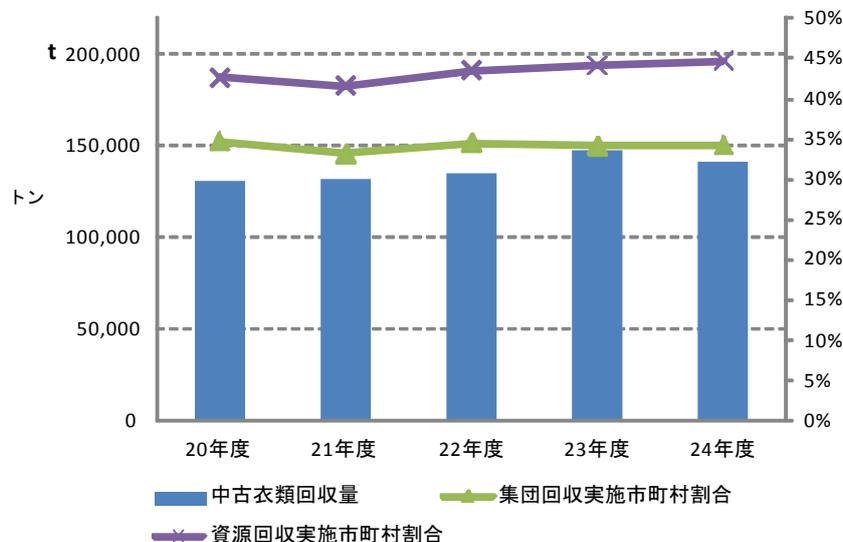
(資料) 独立行政法人中小企業基盤整備機構「繊維製品3R関連調査事業報告書」(2010)より作成

#### 3.2 資源回収・集団回収による回収状況

資源回収及び集団回収による中古衣類の回収量の推移を推計した結果が、図表43である。直近の5年間では、回収量は微増傾向にあり、平成24年度には約14万トンが回収されていると推計される。

資源回収及び集団回収の取組みを行っている市町村の割合をみると、資源回収を実施している市町村は約45%であり、直近の5年間で微増傾向にあるが、半分以上の市町村が古着・古布の資源回収を実施していないことがわかる。集団回収を実施している市町村の割合は約35%で、直近の5年間は横ばいである。

図表 43 資源回収・集団回収による中古衣類の回収量（推計）及び回収実施市町村の割合



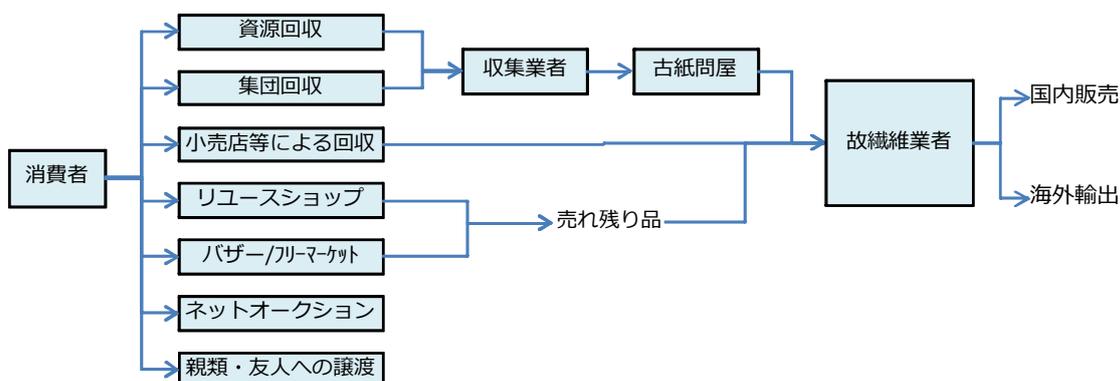
(資料) 環境省「一般廃棄物処理実態調査」より作成<sup>10</sup>

### 3.3 回収後のフロー

資源回収と集団回収に排出された使用済み衣類は、収集業者によって収集され、古紙問屋を経由して故繊維業者に搬入されることが一般的である。故繊維業者は、これらの衣類の他に、小売店での下取り品や、リユースショップの売れ残り品等を回収している。

回収された中古衣類は、故繊維業者によって選別され、国内向けに販売される他、海外に輸出されている。

図表 44 中古衣類のフロー



(資料) 故繊維業者へのヒアリング及び独立行政法人中小企業基盤整備機構「繊維製品 3 R 関連調査事業報告書」(2010)より作成

<sup>10</sup> 中古衣類回収量は、「資源化量内訳」シートの「資源化量」の「布類」のデータと、2008年に京都市で実施された繊維製品の用途別排出状況調査における中古衣類の割合(71.6%)を用いて推計した。集団回収の実施市町村割合は、同シートの「集団回収量」の「布類」の回収量実績がある市町村の割合を用いた。資源回収の実施市町村割合は、同シートの「直接資源化量」の「布類」または「施設資源化量内訳」シートの「その他の資源化等を行う施設処理に伴う資源化量」の回収量実績がある市町村の割合を用いた。いずれの実施市町村の割合も東京都23区は区別データが不明であるため1件として扱った。独立行政法人中小企業基盤整備機構「繊維製品 3 R 関連調査事業報告書」(2010)では集団回収と資源回収の回収量(2009年)を約9.4万トンとしている。

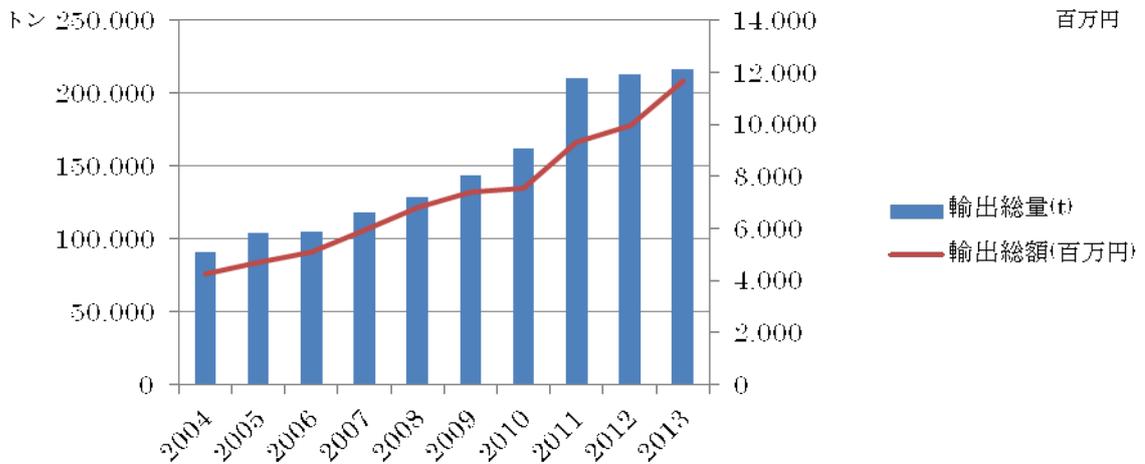
#### 4. 中古衣類の輸出状況

##### (1) 輸出量・輸出総額の推移

貿易統計に基づく中古衣類の輸出量は、直近の10年では増加傾向にあり、2004年に約9万1千トンであったのが2013年には約21万6千トンと2倍以上に増加している。これに伴い、輸出総額も約42億円から約117億円の拡大している。

拡大要因の背景としては、東南アジアをはじめとする海外での日本の古着に対する需要の増加、古着・古布の選別工場の東南アジア移転等により国外で選別を行う故繊維業者の増加、国内でのウェス需要の低迷等が考えられる。

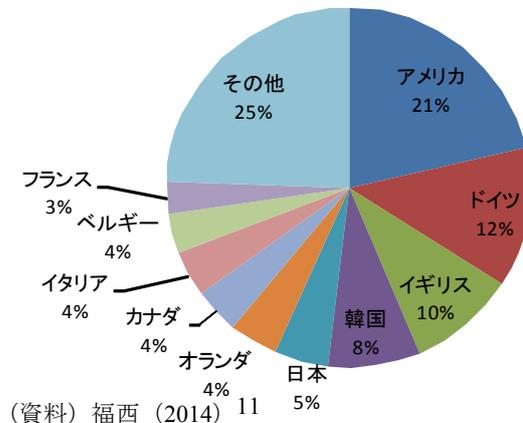
図表 45 中古衣類の輸出総量・輸出総額の推移



(資料) 財務省「貿易統計」各年データより作成 (コード 6309 : 中古衣類)  
 (注) 各年1月～12月の累計

図表 46は、全世界における中古衣類の輸出量のシェアを示したものである。アメリカ、ドイツ、イギリス、韓国に続き日本は世界第5位で、全世界の輸出量の5%を占めている。

図表 46 中古衣類の輸出シェア (2010年)



<sup>11</sup> 福西隆弘「リユース品貿易の実態－古着の国際貿易を事例に－」(アジア経済研究所『国際リユースと発展途上国－越境する中古品取引－』(2014)第2章)

## (2) 主な輸出相手国と輸出量の推移

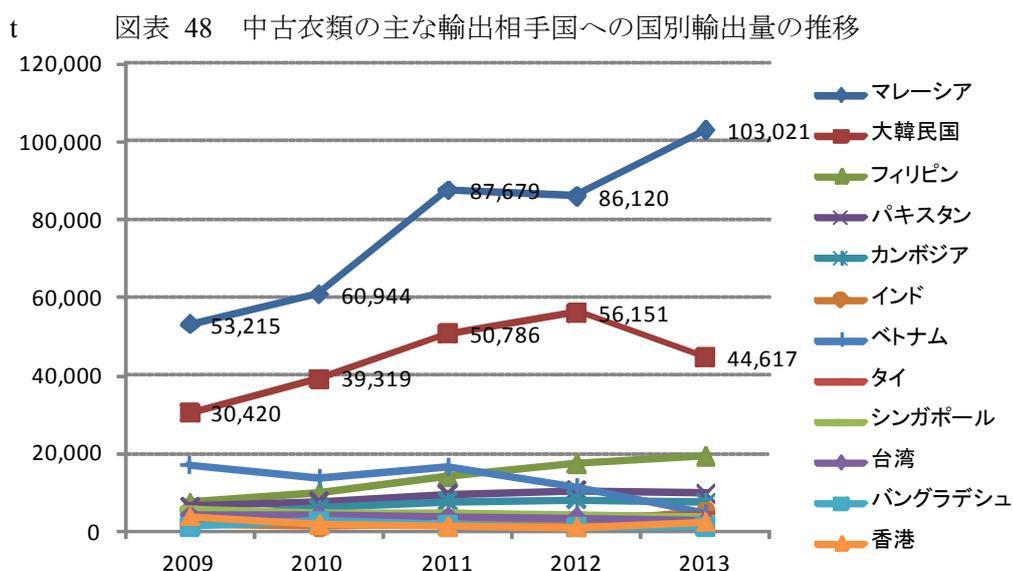
直近の5年間の輸出相手国の上位5カ国をみると、5年連続で1位がマレーシア、2位が大韓民国となっており、2013年実績では輸出総量の48%がマレーシアに、21%が大韓民国と、2国で輸出総量の約7割を占めている。その他の国では、ベトナム、フィリピン、パキスタン、カンボジアが上位に挙がっている。

図表 47 中古衣類の輸出相手国と輸出総量に占める割合

	2009	2010	2011	2012	2013
マレーシア	37%	マレーシア 38%	マレーシア 42%	マレーシア 40%	マレーシア 48%
大韓民国	21%	大韓民国 24%	大韓民国 24%	大韓民国 26%	大韓民国 21%
ベトナム	12%	ベトナム 9%	ベトナム 8%	フィリピン 8%	フィリピン 9%
フィリピン	5%	フィリピン 6%	フィリピン 7%	ベトナム 5%	パキスタン 5%
パキスタン	4%	パキスタン 5%	パキスタン 5%	パキスタン 5%	カンボジア 3%
シンガポール	4%	カンボジア 4%	カンボジア 4%	カンボジア 4%	インド 2%
台湾	3%	シンガポール 3%	タイ 2%	シンガポール 2%	ベトナム 2%
香港	3%	台湾 3%	シンガポール 2%	タイ 2%	タイ 2%
カンボジア	3%	タイ 2%	台湾 2%	台湾 2%	シンガポール 2%
タイ	2%	バングラデシュ 2%	インド 1%	インド 1%	台湾 1%

(資料) 財務省「貿易統計」各年データより作成 (コード 6309 : 中古衣類)

直近の5年間に於いて輸出相手国上位10カ国に該当した12カ国について、各国の輸出量の推移を図表48に示す。マレーシアへの輸出量の増加が著しく、2013年実績で約10万3千トンとなっている。大韓民国は2012年まで増加基調であったのが、2013年には約4万4千トンと減少に転じている。後に詳述する故繊維業者のヒアリングにおいても、大韓民国からマレーシアに選別工場を移転した事業者が確認されており、選別工場の移転等が影響していると考えられる。



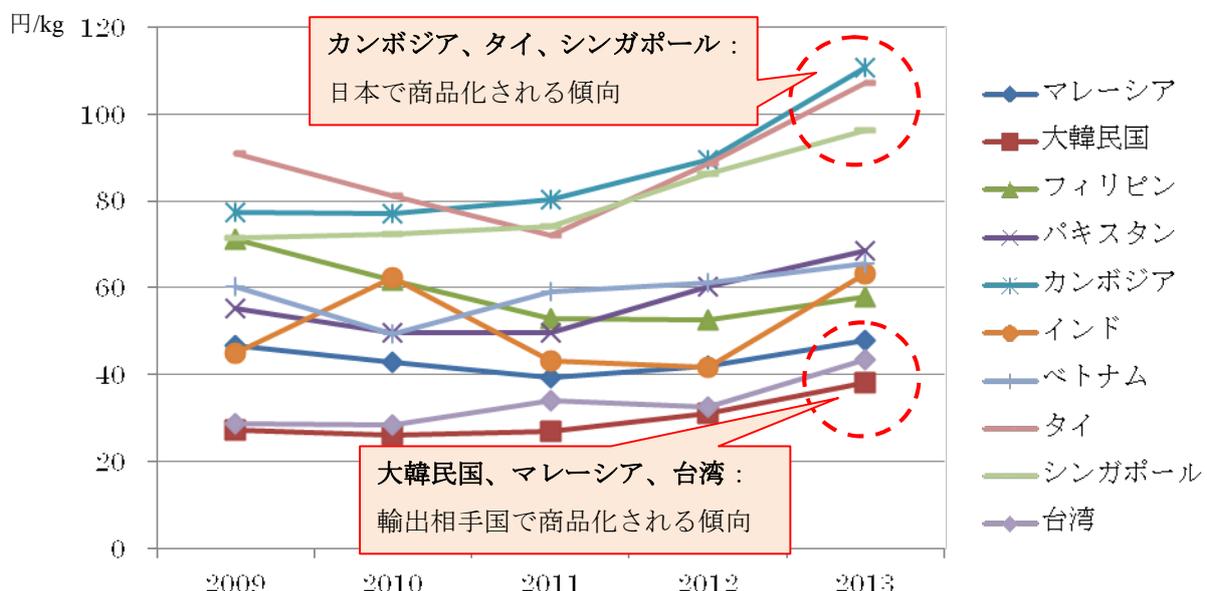
(資料) 財務省「貿易統計」より作成 (コード 6309 : 中古衣類) 各年1月～12月の累計。

### (3) 輸出相手国別輸出単価の推移

2013年実績の輸出相手国上位10カ国について、2009年から2013年の1キログラムあたりの輸出単価の推移を見ると、輸出量の上位2国のうちマレーシアは40円台でほぼ横ばいに推移、大韓民国向けは20円台から30円台に増加している。2国とも他国に比べると比較的安値で取引されており、これらの国に向けての中古衣類の輸出は、商品化のための選別が行われる前の状態で行われており、輸出相手国において選別される傾向にあると考えられる。

パキスタン、ベトナム、フィリピンは50円から60円台を推移しており、さらに高値で取引されているカンボジア、タイ、シンガポールでは80円～90円台であったのが90円から110円台に上昇している。これらの国に向けては、日本国内で細かな選別が行われた後、中古衣類として販売できる状態で輸出されていると考えられる。

図表 49 主な輸出相手国の輸出単価の推移



(資料) 財務省「貿易統計」より作成 (コード 6309: 中古衣類)

### (4) 再輸出の状況

#### 1) 再輸出の可能性が高い国

2013年実績の日本の輸出相手国上位10カ国について、UNcomtradeに基づいて中古衣類の輸出状況及び輸入状況を整理した結果を図表50に示す。

日本からの輸出量が最も多いマレーシアは、全世界からの輸入量のうち58%を日本からの輸入が占めている。一人あたりの輸入量は6kgと他国に比べて多いが、輸出量を差し引いた一人あたりの純輸入量は3.3kgと大幅に減少する。後に詳述する故繊維業者へのヒアリングからも、マレーシアは日系企業の多くが選別拠点を設けている国であり、選別後に再輸出されているという状況と一致する。また、福西(2014)によれば、低所得・低位中所得国の純輸入量の平均

は 0.509 kgであり、3.3 kgは依然として高い値である。国内消費の他、密輸等の税関に申告されない形での貿易が行われている可能性がある。

続く大韓民国は、前述したように、全世界への輸出シェアは第4位であり、日本からの輸入量の6倍以上の量を全世界へ輸出している。純輸入量もマイナスであることから純輸出国であり、日本から輸出された古着についても、大韓民国を中継地点として再輸出されている可能性がある。

その他の国で、一人あたりの輸入量が多い国は、カンボジアとシンガポールである。カンボジアは一人あたり4 kgであり、純輸入量も3.8kgと高い値になっている。中古衣類の輸入禁止をしている国の隣国では輸入量が高くなることが指摘されており（福西 2014）、輸入を禁止しているベトナムにおいてカンボジアからの密輸入が行われている可能性が考えられる。シンガポールは、純輸入量でみると1.1 kgと大幅に減少していることから、輸入した衣類の多くが再輸出されていると考えられる。

図表 50 主な輸出相手国における中古衣類の輸出状況

		全世界からの輸入量(t) ①		一人あたり輸入量(kg/人)	全世界への輸出量(t) ②	一人あたり純輸入量(kg/人)	
		日本からの輸入量(t)	日本からの輸入量が占める割合				
1	マレーシア	179,159	103,021	58%	6.0	80,308	3.3
2	大韓民国	46,717	44,617	96%	0.9	298,043	-5.1
3	フィリピン	98,683	19,368	20%	1.0	13,882	0.9
4	パキスタン	264,876	9,812	4%	1.5	31,797	1.3
5	カンボジア	60,922	7,386	12%	4.0	3,046	3.8
6	インド	200,910	5,041	3%	0.2	54,107	0.1
7	ベトナム	63,284	4,972	8%	0.7	-	-
8	タイ	21,230	4,139	19%	0.3	9,738	0.2
9	シンガポール	43,215	3,588	8%	8.0	37,471	1.1
10	台湾	-	2,812	-	0.1	-	-

(資料)全世界からの輸入量は UNcomtrade2013 年実績で、当該国向けの輸出報告量総量を用いた。日本からの輸入量は財務省貿易統計の各国向けの輸出量を用いた。全世界への輸出量は、UNcomtrade を用いた。人口データは World population prospects の最新年度（2012 年）を用いた。

(注) 台湾の一人あたり輸入量は貿易統計の日本からの輸出量を用いた。

## 5. 中古衣類の活用・処分の状況

故繊維業者における古着・古布の選別、販売、処分の状況について、ヒアリングを行った。

図表 51 ヒアリング対象

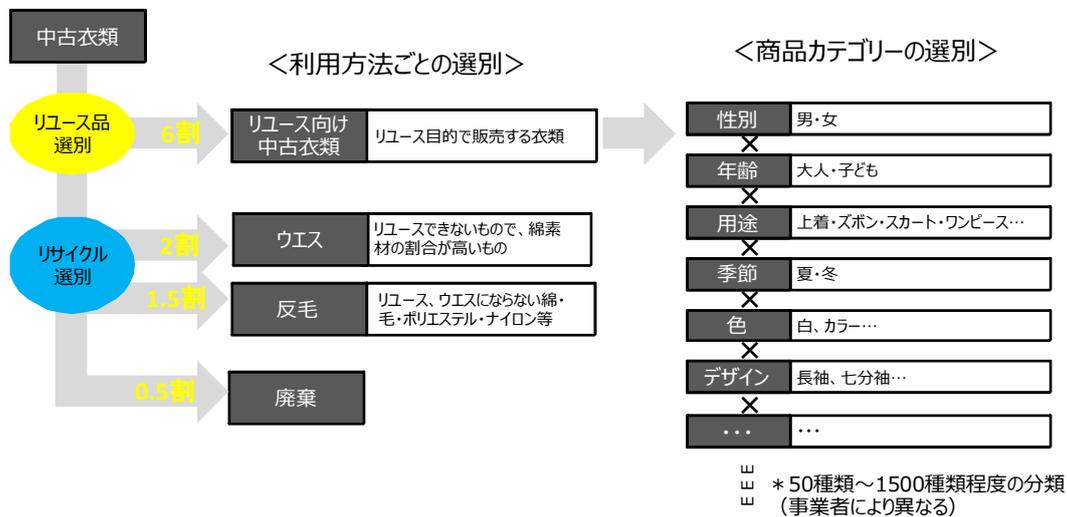
事業者名	本社所在地	海外工場の有無	古着販売の有無	取扱量	設立
A社	茨城県	○	○	-	1966年
B社	神奈川県	-	-	6000 t / 年	1979年
C社	埼玉県	○	-	1200t / 月	1973年
D社	愛知県	-	○	10t / 日	1999年
E社	埼玉県	○	-	-	2000年
F社	兵庫県	-	-	200 t / 月	2012年

### (1) 選別・販売の状況

#### 1) 選別方法

故繊維業者は、回収した中古衣類からまずリユース可能な中古衣類を選別した後、ウエス原料や反毛原料としてリサイクル可能なものを選別している。(利用方法ごとの選別) それぞれの割合は、ヒアリング事業者のヒアリングによると、リユース可能な中古衣類が約6割、ウエスが2割、反毛が1.5割程度で、残りが廃棄されていると考えられる。

図表 52 中古衣類の選別方法



リユース向けに選別された中古衣類は、性別・年齢・用途・季節・流行等からなる細かい分類に沿った商品カテゴリーごとに選別され、中古衣類として商品化される。

商品カテゴリーごとの選別の種類数は業者によって異なるが、少ない事業者でも50種類程度、多い事業者では1500種類であった。種類数は、性別、年齢、用途(上着・ズボン・スカート・ワンピース等)、色、夏物・冬物等の基本的な分類に加え、出荷先の事業者と協議して販

売先の国の流行を反映した分類項目を定めており、分類項目は流動的に変化している。商品カテゴリーごとに選別された後、100kg 程度の単位で梱包され（「梱（こり）」と呼ばれる）、商品として国内及び国外に向けて出荷される。

## 2) 選別場所のパターン

利用方法ごとの選別と商品カテゴリーごとの選別を国内あるいは国外で行うかは、故繊維業者によって異なる。以下の大きく3つのパターンに分類される。また、国内と国外に選別工場を有する故繊維業者は、これらの複数のパターンを並行して実施している場合もある。

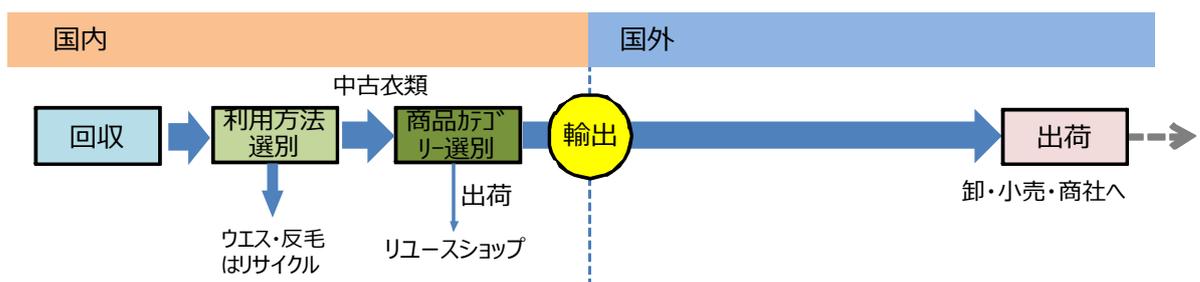
- ① すべての選別を国内で実施
- ② 利用方法ごとの選別のみ国内で実施
- ③ すべての選別を国外で実施

### ① すべての選別を国内で実施

回収された古着・古布の前選別、後選別を行い、細かく分類された中古衣類を種類ごとに梱包するところまでを国内で行い、国外の卸・小売向けに出荷している。ヒアリングを行った故繊維業者のなかには、一部は国内のリユースショップ向けに販売していると回答したが、割合は数%に留まり、大半が東南アジアへ輸出していると回答した。販売先は、現地の卸売・小売と直接取引をしている場合と、古着の専門商社を介している場合がある。

ウエス、反毛は国内でリサイクル向けに製造・販売されている。

図表 53 中古衣類の選別フロー ①すべて国内

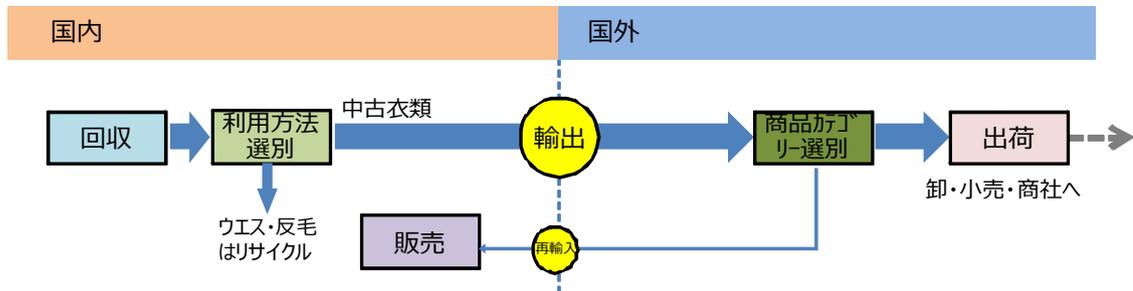


### ② 利用方法ごとの選別のみ国内で実施

国内の工場で行ったうえで、リユース向けの中古衣類のみを国外へ輸出し、国外の選別工場で行う。商品カテゴリーの選別を行う。商品カテゴリーの選別を国外の現地法人等で行い現地の卸・小売や古着専門商社に販売する場合と、商品カテゴリーの選別が行われる前の状態の中古衣類として国外の企業に輸出販売する段階までを手掛けている場合がある。

また、国外の選別を現地法人等で行っており、国内で古着販売を手掛けている業者の場合、国外で商品カテゴリーに選別された中古衣類を再輸入して販売している場合もある。

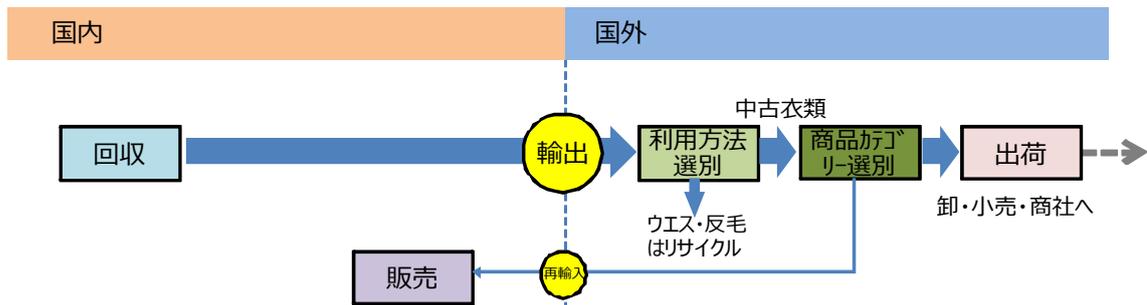
図表 54 中古衣類の選別フロー ②処理方法ごとの選別のみ国内



### ③ 全ての選別を国外で実施

回収された古着・古布から異物を除去した状態で国外へ輸出し、利用方法ごとの選別及び商品カテゴリーごとの選別の両方を国外で実施するパターンである。選別後は、卸・小売業者や古着専門商社に販売している。また、国内で古着販売を手掛けている業者の場合、国外で商品カテゴリーに選別された中古衣類を再輸入して販売している場合もある。

図表 55 中古衣類の選別フロー ③すべて国外



### 3) 販売先のトレーサビリティ

販売先としては、国内ではリユースショップ、国外では古着の卸売業者や小売業者あるいは古着の専門商社に販売されており、ヒアリング先の事業者のなかには最終的に消費者の手元に届く国外の古着マーケットまで確認している事業者もいたが、販売後の行き先、最終消費地については確認が難しいとする意見が多かった。

#### (2) 廃棄の状況

##### 1) 廃棄される中古衣類

回収された古着・古布は、主に2つの理由により廃棄処分せざるを得ないものとなる。

1点目は、排出段階で古着・古布ではないものや、汚れているもの、匂いがついているもの、

濡れているものが混入しているためである。汚れているものや、匂いがついているものはそもそもリユース、リサイクルが困難であり、濡れているものは輸出過程においてカビ発生の原因となるため混入は禁忌とみなされる。古着・古布が濡れてしまう原因としては、排出段階で濡れたものを排出している場合と、雨天時の回収による場合がある。処分される古着・古布を削減するためには、排出時の出し方ルールを徹底し、異物・濡れたものの混入を防ぐことが必要である。

2点目は、リユースできない中古衣類で、ウエスや反毛の原料にならないものである。ウエスは、油の拭き取り等に使用されることから綿素材のものが適しており、Tシャツ等がウエス原料となることが多い。対象となる素材は業者によって異なるが、近年では40%程度以上が綿であればウエス素材としての需要があるという事業者もあった。

ウエス原料にできないものは反毛原料となり、セーター、スーツ、コート等が主にこれに当たる。反毛にできないものの例としては、綿や羽毛の入ったダウンジャケットやジャンパー等が挙げられた。

廃棄されるものの割合は、前述したように数パーセント程度であると言われている。

## 2) 処分の方法

国内で廃棄処分する場合には、故繊維業者によって事業系一般廃棄物として処理されている。自治体によっては、廃棄処分となる中古衣類の発生は、排出時のルールの徹底不足に起因している部分もあることから、廃棄処分の一部を無料で引取っているケースもある。

国外で廃棄物処分は、国外での選別作業が行われている多くの国は東南アジアであり、これらの国の主な処理方法である埋立処理によって処理されている。

## (3) 需要動向

日本から輸出される中古衣類に対する需要動向については、近年の日本の中古衣料品質に対する評価の高まり等から、基本的には需要の拡大が期待される。ただし、一部の事業者からは東南アジアでの需要が小さい冬物の販路開拓の課題や、中国からの中古衣類の輸出量増加による市況への影響などが挙げられた。

### 1) 日本の中古衣料の品質に対する高評価

日本から輸出される中古衣類の品質は、比較的新しい状態であることや丈夫であることが評価され、その需要は近年増加傾向にあると多くの業者が感じている。輸入国である途上国の経済成長等に伴って購買層の拡大が予想されることから、日本の中古衣類への需要を不安視する声は今のところない。

また、タンザニアにおける中古衣類の消費行動について紹介した小川（2014）によれば、現地の人々は「中古衣料品は丈夫で品質がよい品が多い一方で、その時々々の流行のデザインを反映した品が手に入りにくい。それに対して、アジア製衣料品は最先端の流行を反映しデザイン的に優れた品が容易に手に入る一方で、品質が非常に悪い」という鏡像的なイメージを中古衣

類に対して持っており、これらをうまく使い分けた消費行動を行っている。日本の中古衣類の丈夫さを強みとして、さらに短いタイムラグで現地の流行を反映した商品をつくることで、需要の維持・拡大を図っていくことができると考えられる。

## 2) 冬物中古衣類の販路開拓

日本で回収された中古衣類の需要先は、日本人との体型の近さから、東南アジア諸国が主な需要先になっている。東南アジア諸国は、一部の山岳地帯や高地を除き、そのほとんどが気温の高い国であるため夏物に対する需要は大きい。冬物に対する需要は比較的安く、独自のルートを持っている故繊維業者がいる一方で、販路開拓に課題を感じる故繊維業者も少なくない。

また、需要先の候補となる山岳地帯や高地は、荷揚げされる港からの距離が遠いため物流コストが高くなる傾向にあることで、さらに商機を難しくしていると考えられる。

## 3) 中国における資源回収の拡大

廃棄物の資源化を進める中国からの中古衣類の輸出量が急激に拡大しており、一部の故繊維業者からは東南アジア及び世界の市況への影響を心配する声があった。今後の動向を注視する必要がある。

## 6. まとめ

市町村等による資源回収や集団回収等で回収された中古衣類は、故繊維業者によってリユース向けの中古衣類、反毛・ウエス等のリサイクル向けに選別されている。回収量のうち、中古衣類としてリユースされるものの割合は約6割、リサイクルされるものが3割強であることが故繊維業者へのヒアリングから明らかになった。そして、リユース向けに選別された中古衣類は、季節、色やデザイン等を踏まえたさらに細かい選別が行われ、再商品化されている。このような中古衣類の回収・選別・再生の仕組みは、市民が廃棄したものが故繊維業者に集約され、3Rの優先順位に従ってリユース向け、リサイクル向けに連続的に選別されていく点に特徴があり、使用済み製品のリユース、リサイクルの促進を考えるうえでも興味深い事例であると言える。

また、選別された中古衣類の販売先は、国内でリユースされる他に、多くが海外に輸出されているのが現状であり、その輸出量は増加傾向にある。輸出相手国は、マレーシアや大韓民国が多く、これらの国では故繊維業者が現地に選別工場を構え、現地の労働力を活用して細かな選別作業を行っているケースが多い。そして、海外で選別したリユース向け中古衣類を第三国へ輸出、あるいは日本へ再輸入しているという事業者もあり、中古衣類のリユースはアジア大で循環しているのが現状である。また、世界の古着市場における日本の中古衣類に対する需要は、品質に対する高い評価と、途上国における購買層の拡大により堅調に推移すると故繊維業者の多くが認識しており、一部で中国における使用済み衣類の輸出量増加による市況への影響を懸念する声があるが、国内での中古衣類の回収量拡大を懸念する声は聞かれず、リユースの拡大に対応できる環境が整っていると考えられる。

## 第4章 インターネットオークション・宅配リユースに関する実態調査

### 1. 調査の目的

使用済製品等のリユース促進に向けて、消費者における、リユース品の購入、販売、または交換・譲渡、いずれも推進していくことが求められる。リユース品の流通については、リユースショップでの店頭販売・買取り、フリーマーケット・バザーの利用、インターネットショップでの販売、インターネットオークションでの販売・購入（出品・落札）、宅配便での不用となった製品の買取り、市町村が実施するリユースプラザなど多様なルートが存在する

近年、利用者・流通量が増加傾向にあると考えられるインターネットオークション（インターネットを通じてリユース品の販売（出品）、購入（落札））、リユース品の宅配買取サービス（宅配便でリユース品の販売（リユース業が買取り））の2つの流通に着目し、文献調査、事業者のウェブサイト等の調査、ヒアリング調査から、その利用状況・利用促進のための方策について整理を行う。

### 2. 調査結果

#### 2.1 インターネットオークション、宅配リユースの利用状況（消費者アンケート調査）

既往の調査結果（平成24年度調査、平成21年度調査）より、インターネットオークション、宅配リユースの利用状況を整理する。

##### (1) リユース品の購入機会として

平成24年度調査（図表56）から、過去1年間に「インターネットオークションを通じてリユース品を購入」した人の割合は17.1%となっている。（過去1年間でリユース品の購入をしていない人の割合は63.3%）

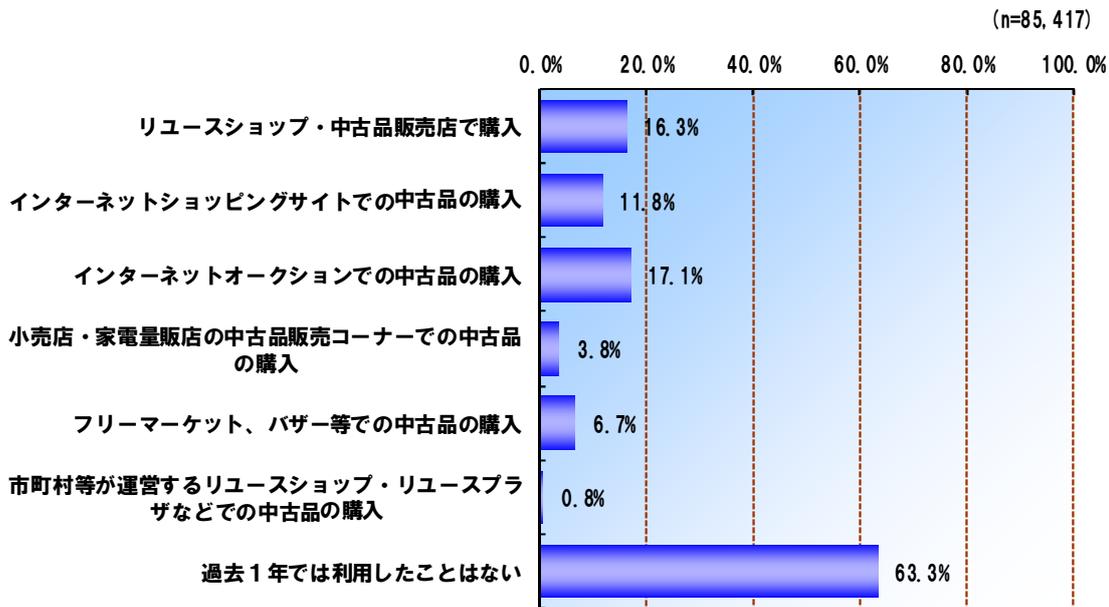
平成21年度と同様調査結果（図表57）と比較すると、全体の傾向は大きく変わっていない。選択肢が異なるため、厳密な比較はできないが、「過去1年間で利用したことはない」との回答は3.2ポイント増加、「インターネットオークション」の利用は5.9ポイント減少となっている。

##### (2) リユース品の販売機会として

平成24年度調査（図表58）から、過去1年間に、「インターネットオークションにリユース品の出品・販売」した人の割合は12.7%、「宅配便によるリユース品の買取サービスを利用」した人の割合は6.3%となっている。（過去1年間で使用していない人の割合は57.7%）。リユース品の販売機会としては、リユースショップに次いで多い。

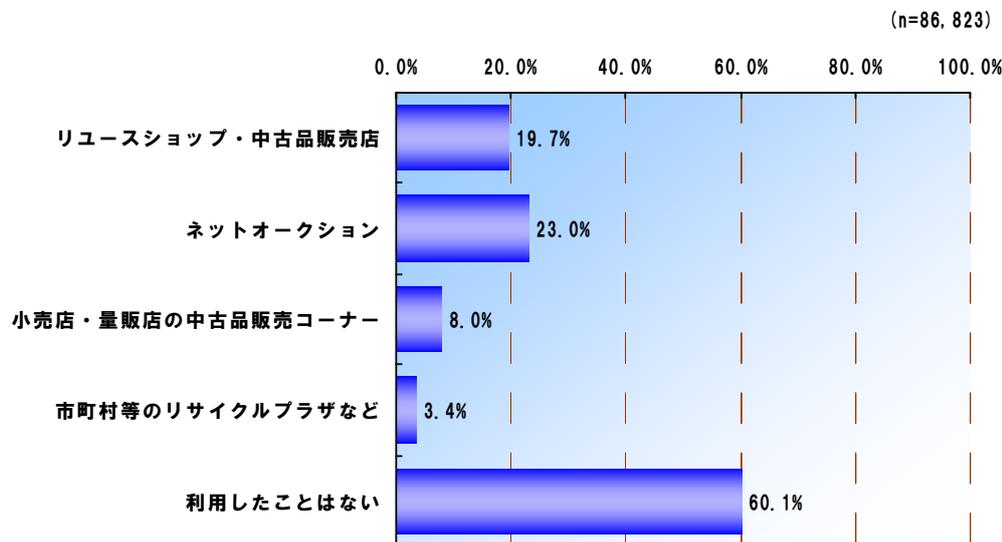
平成21年度と同種調査結果（図表59）と比較すると、全体の傾向は大きく変わっていない。選択肢が異なるため、厳密な比較はできないが、「過去1年間で利用したことはない」との回答は3.6ポイント減少、「リユースショップ・中古品販売店」が0.8ポイント減少、「インターネットオークション」が2.3ポイントの減少となっている。

図表 56 過去1年間における中古品の購入経験（平成24年度調査）



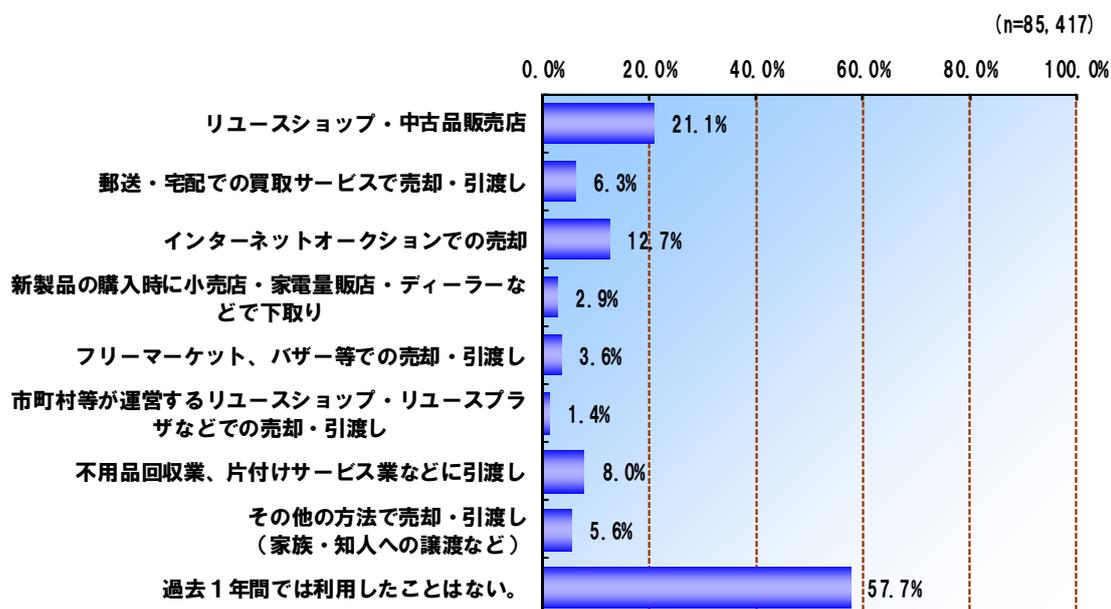
備考) Web アンケートサービス「goo リサーチ」を利用し、ネットリサーチモニターを対象に実施した調査結果。調査期間は平成24年12月22日～平成25年1月11日まで。複数回答。  
 (出典)「平成24年度使用済製品等のリユース促進事業研究会報告書」(平成25年3月)

図表 57 過去1年間における中古品の購入経験（平成21年度調査）



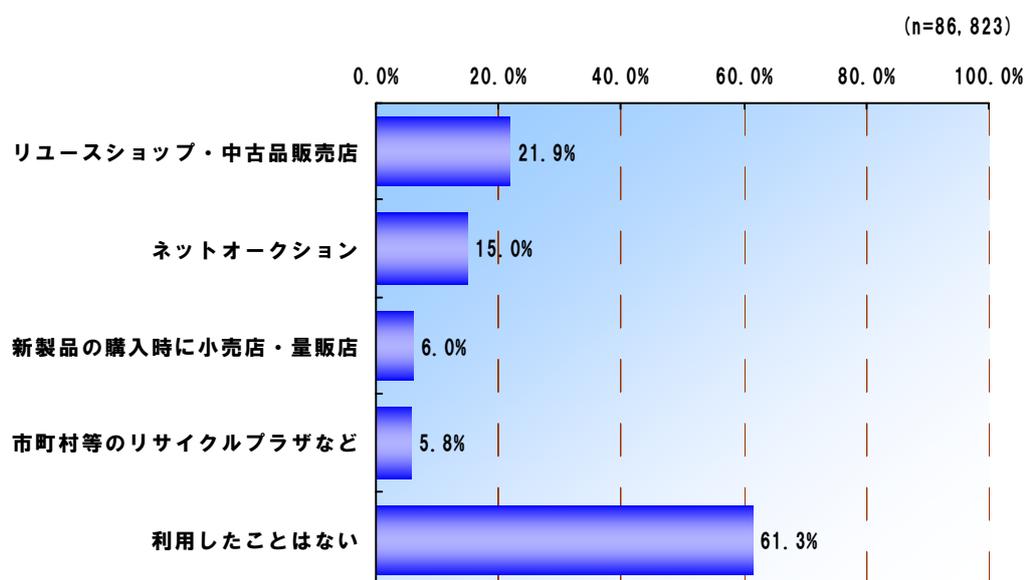
備考) NTT ナビスペース株式会社（現 NTT コム オンライン・マーケティング・ソリューション）のネットリサーチモニターを対象に実施した調査結果。調査期間は平成21年11月12日～平成21年11月20日まで。複数回答。  
 (出典)「平成21年度電気電子機器等の流通・処理実態調査及びリユース促進事業」(平成22年3月)

図表 58 過去1年間における自らが使わなくなった製品の売却・引き渡し（平成24年度調査）



備考) Web アンケートサービス「goo リサーチ」を利用し、ネットリサーチモニターを対象に実施した調査結果。調査期間は平成24年12月22日～平成25年1月11日まで。複数回答。  
 (出典)「平成24年度使用済製品等のリユース促進事業研究会報告書」(平成25年3月)

図表 59 過去1年間における不用品の売却・引き渡し経験（平成21年度調査）



備考) NTT ナビスペース株式会社（現 NTT コム オンライン・マーケティング・ソリューション）のネットリサーチモニターを対象に実施した調査結果。調査期間は平成21年11月12日～平成21年11月20日まで。複数回答。  
 (出典)「平成21年度電気電子機器等の流通・処理実態調査及びリユース促進事業」(平成22年3月)

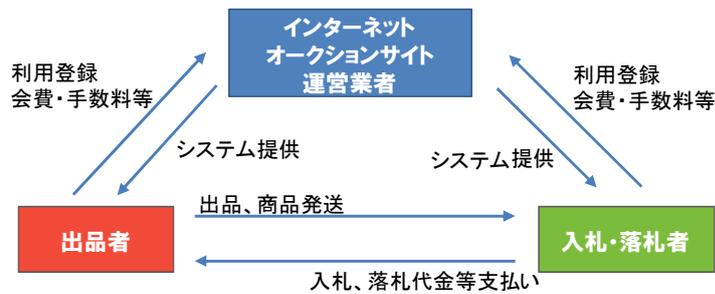
## 2.2 インターネットオークションの現状・利用促進のための方策

### (1) インターネットオークションの概要

インターネットオークションは、出品者がインターネット上のサイトで出品した商品に対して、落札希望者が落札希望金額を入札し、最高値で入札したものを落札者と特定、出品者と落札者の間で、商品及び金銭の授受を行うものである。インターネットオークションを運営する事業者は、“インターネットオークションの場を提供”するものであり、直接リユース品の売買は行わない。運営事業者は、利用者（出品者、落札者のいずれも）が「安心」「安全」にサイトを利用してもらうために、さまざまな取組を進めているところである。

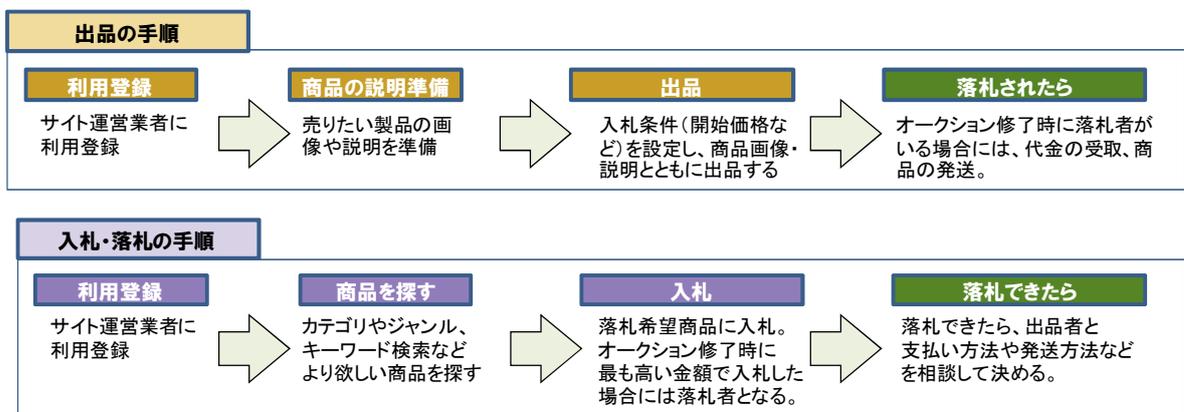
インターネットオークションで売買される品目は、各サイトで定められている出品禁止物（例えば、犯罪等に悪用される可能性がある商品、動物等の生き物など）を除き、あらゆるものが出品可能であり、非常に幅広い商品が売買される。

図表 60 インターネットオークション運営事業者、出品者、入札・落札者の関係



※運営事業者は、出品者、落札者が安心して取引できる「場」を提供。  
商品発送、金銭の授受を代行するサービス、出品代行サービスなどもある。

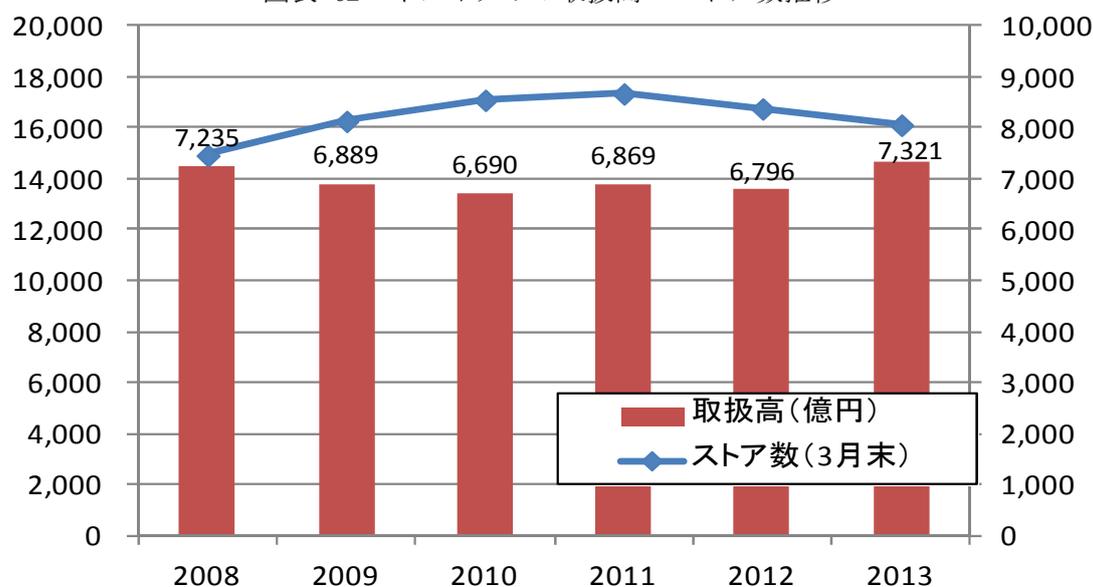
図表 61 インターネットオークションの一般的な利用方法の手順



インターネットオークションの市場（※インターネットオークションサイトでの取扱高）は「ヤフオク！」がシェアの約8割を占めているとされている。

また、スマートフォンで利用しやすいサイト、出品・購入の手間が少ないサイトも新たにサービスを開始している。

図表 62 ヤフオク！の取扱高・ストア数推移



(出典) ヤフー株式会社有価証券報告書・IR資料(各年度)をもとに作成

図表 63 主なインターネットオークションサイトとその特徴

運営会社	提供開始	特徴・概要
A社	1999年9月	<ul style="list-style-type: none"> <li>国内最大のインターネットオークションサイト。市場シェアの約8割を占める。</li> <li>利用促進に向けて、出店料(出品者の費用)の手数料を無料化している。</li> <li>また、地方自治体等との連携として、官公庁オークションを実施。</li> </ul>
B社	1999年9月	<ul style="list-style-type: none"> <li>A社とほぼ同時期にサービス開始。利用促進のために、出品者に住所を伝えなくとも製品を受け取れる、匿名配送のサービス(有料)など実施。</li> <li>また、地方自治体等との連携として、官公庁オークションを実施。</li> </ul>
C社	2004年3月	<ul style="list-style-type: none"> <li>スマートフォン等のモバイルユーザーをターゲットとしたサイト。A社に次いで利用者が多く、比較的若い世代のユーザーが多いとされている。</li> </ul>
D社	2013年11月	<ul style="list-style-type: none"> <li>スマートフォン等のモバイルユーザーをターゲットとした、ブランド品を中心に扱うサイト。最初の入札から24時間で落札が決定する。</li> </ul>
E社	2007年6月	<ul style="list-style-type: none"> <li>複数オークションサイト(5サイト)にて出品状況、相場等を確認できる。</li> <li>複数サイトを比較することで、出品者の価格設定、落札者の入札価格の検討などに役立てることができる。</li> </ul>

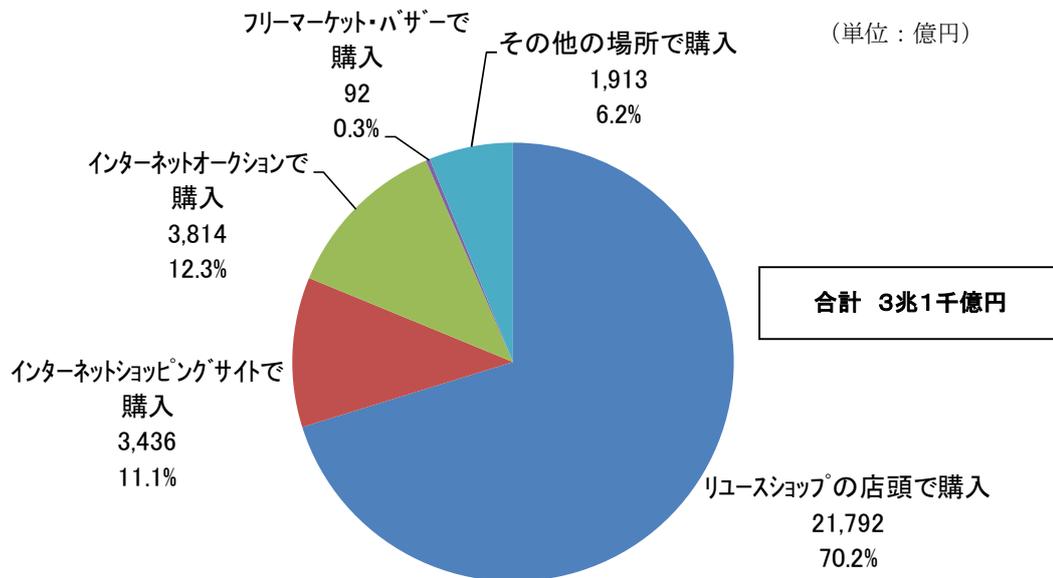
## (2) インターネットオークションのリユース品流通状況について

平成24年度に実施した市場規模推計調査<sup>12</sup>をもとに、インターネットオークションの流通状況について整理を行う。

### 1) 購入先別に見たリユース市場規模（最終需要ベース）

消費者の購入状況から見たリユース市場の推計結果（自動車、バイク含む）を図表64に示す。「自動車」、「バイク、原付バイク」を含むリユース市場（一般消費者の最終需要ベース）は約3兆1千億円（31,047億円）と推計され、購入先別に見ると「①リユースショップ・中古品販売店の店頭で購入」が2兆1,792億円（70.2%）と最も多く、次いで「③インターネットオークションで購入」が3,814億円（12.3%）、「②インターネットショッピングサイトで購入」が3,436億円（11.1%）、この3つの購入方法で全体の9割以上を占める。

図表 64 購入先別に見たリユース市場規模（最終需要ベース）（自動車、バイク含む）



※消費者の購入量から推計した値であり、国内における個人消費者のリユース市場規模である。事業者が購入するリユース品・中古品は含まれない（例えば、建設機械、医療機器、特殊車両などの事業・産業用途、オフィス・事務所等で利用する家具、電化製品など）。

※国内の消費者でのリユース品・中古品の購入状況であり、海外でのリユースは含まれていない。

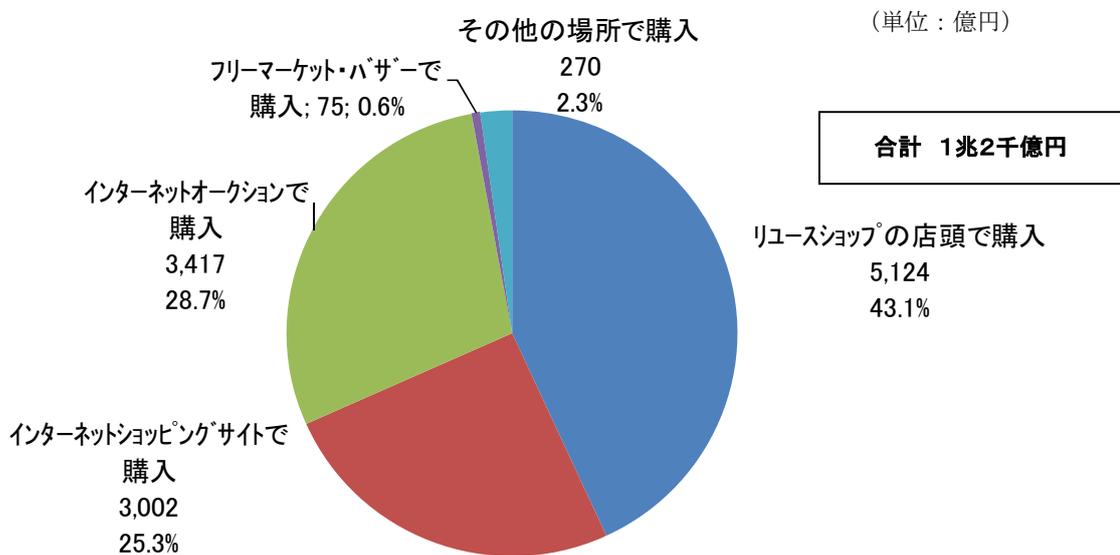
※上記推計には、未使用品・新古品を含む。骨とう品は含まれていない。

<sup>12</sup>推計方法等については、「平成24年度使用済製品等のリユース促進事業研究会報告書」を参照のこと。

同様に、「自動車」「バイク、原付バイク」を除く、購入方法別、品目別のリユース市場規模を図表 65に整理する。リユース市場規模（最終需要ベース）は約1兆2千億円（11,887億円）と推計され、購入先別に見ると「①リユースショップ・中古品販売店の店頭で購入」が5,124億円（43.1%）、「③インターネットオークションで購入」が3,417億円（28.7%）、「②インターネットショッピングサイトで購入」が3,002億円（25.3%）、この3つの購入方法で全体の95%以上を占める。

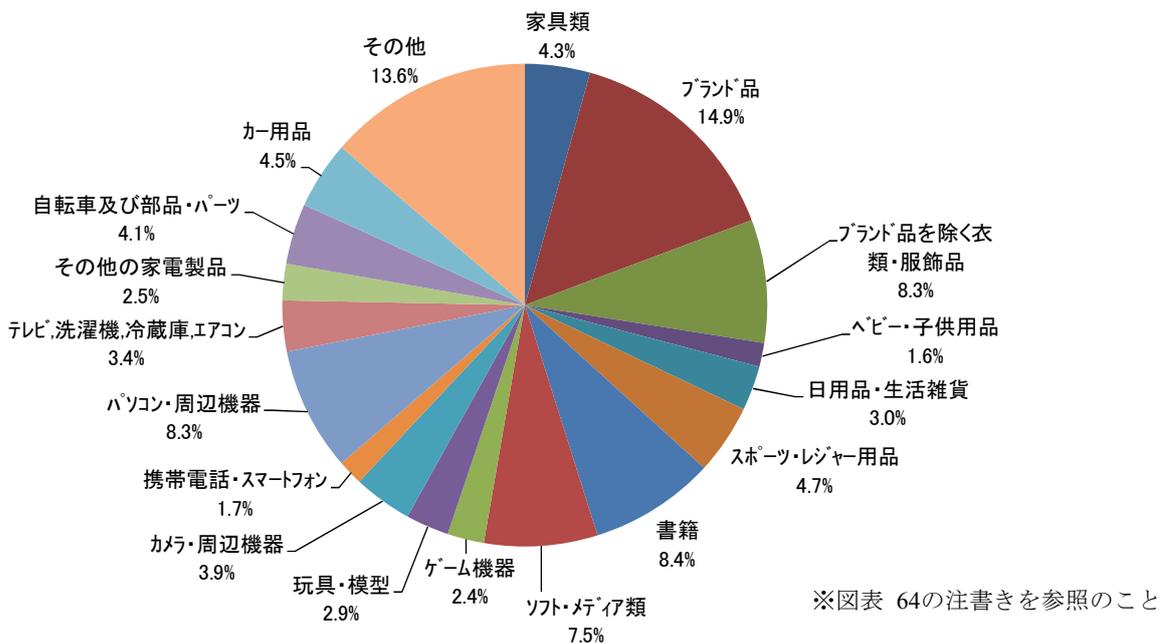
品目別に見ると、「ブランド品」が最も多く（14.9%、1,774億円）、「その他」（13.6%、1,621億円）、「書籍」（8.4%、994億円）、「ブランド品を除く衣類・服飾品」、「パソコン周辺機器」（それぞれ8.3%、983億円）、「ソフト・メディア類」（7.5%、879億円）と続く。

図表 65 リユース市場規模（最終需要ベース）の推計結果（自動車、バイクを除く）



※図表 64の注書きを参照のこと

図表 66 品目別のリユース市場規模（最終需要ベース）の推計結果（自動車、バイクを除く）



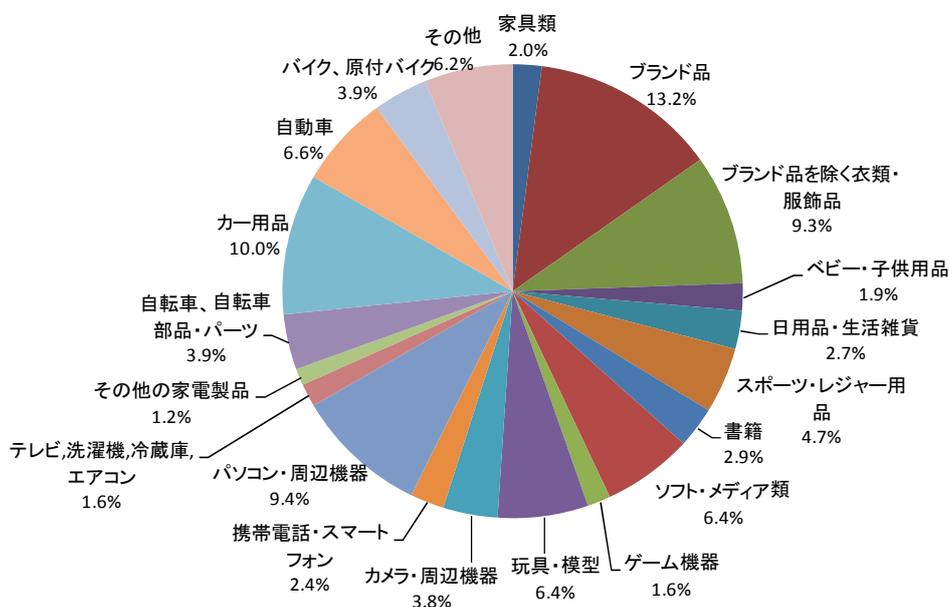
※図表 64の注書きを参照のこと

## 2) インターネットオークションで購入された品目のシェア（金額）

消費者がインターネットオークションを通じて購入した品目について、その金額のシェアを図表 67に整理する。

インターネットオークションを通じて購入されたリユース品は、総額で 3,814 億円と推計されており、品目別に見ると幅広い製品が購入されていることが確認され、「ブランド品」が最も多く 13.2%、次いで「カー用品」が 10.0%、「パソコン・周辺機器」が 9.4%、「ブランド品を除く衣類・服飾品」が 9.3%、「自動車」が 6.6%と続く。

図表 67 インターネットオークションを通じたリユース品の購入状況（金額シェア）



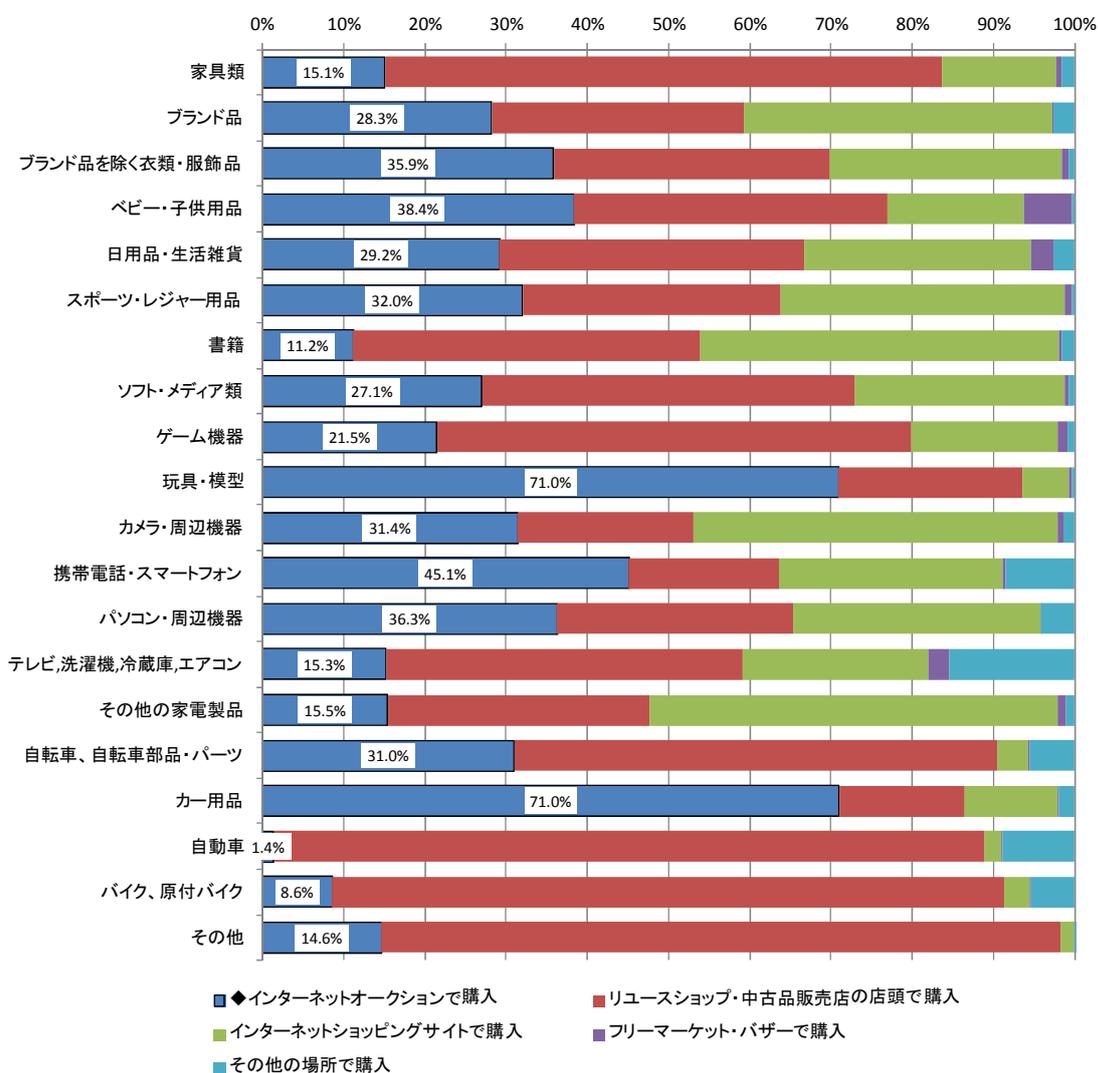
	金額(百万円)	シェア
家具類	7,776	2.0%
ブランド品	50,167	13.2%
ブランド品を除く衣類・服飾品	35,295	9.3%
ベビー・子供用品	7,309	1.9%
日用品・生活雑貨	10,357	2.7%
スポーツ・レジャー用品	17,875	4.7%
書籍	11,117	2.9%
ソフト・メディア類	24,265	6.4%
ゲーム機器	6,223	1.6%
玩具・模型	24,299	6.4%
カメラ・周辺機器	14,658	3.8%
携帯電話・スマートフォン	9,060	2.4%
パソコン・周辺機器	35,694	9.4%
テレビ、洗濯機、冷蔵庫、エアコン	6,243	1.6%
その他の家電製品	4,512	1.2%
自転車、自転車部品・パーツ	15,003	3.9%
カー用品	38,148	10.0%
自動車	25,010	6.6%
バイク、原付バイク	14,701	3.9%
その他	23,710	6.2%
合計	381,423	100.0%

### 3) 他の流通経路を比較した品目別のインターネットオークションでの流通割合

リユース品の流通経路別の購入状況について、品目別に整理する（図表 68）。

リユース品流通の全体からではインターネットオークション経由は 12.3%となっている（図表 64）。品目別・流通経路別に見ると、インターネットオークション経由でのリユース品購入が多い品目として「玩具・模型」「カー用品」は全体の 71.0%、「携帯電話・スマートフォン」が 45.1%、「ベビー・子供用品」が 38.4%、「パソコン・周辺機器」が 36.3%、「ブランド品を除く衣類・服飾品」が 35.9%、「スポーツ・レジャー用品」が 32.0%、「自転車、自転車部品・パーツ」が 31.0%と相対的に割合が高くなっている。

図表 68 品目別のインターネットオークションでの流通状況（金額シェア）

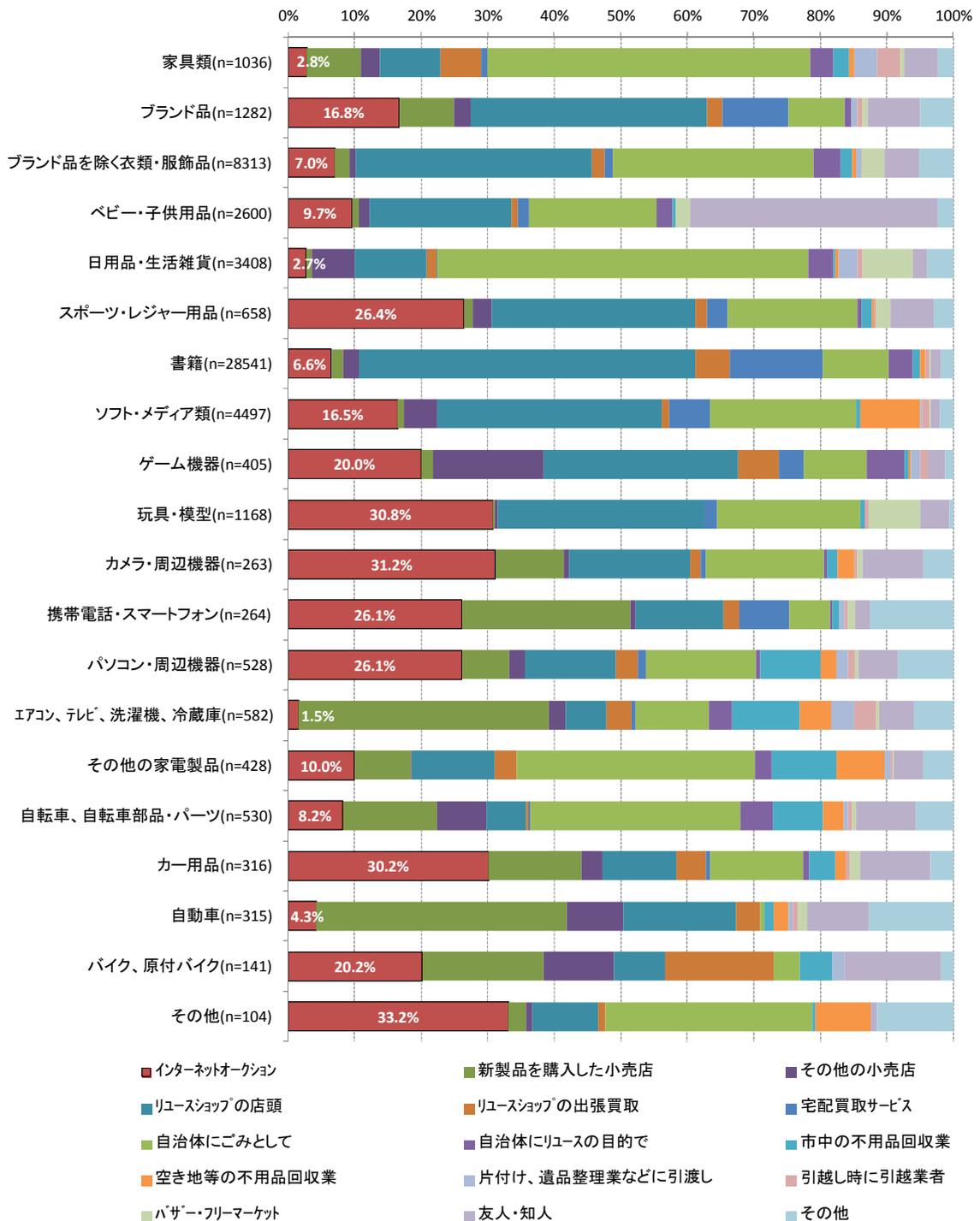


#### 4) 排出・引渡先としてのインターネットオークションでの流通割合

不用となった製品の排出・引き渡し先（自宅・物置等で保管を除く）について、インターネットオークションに着目して整理する（図表 69）。

品目別にインターネットオークションの利用状況を見ると、「その他」が 33.2%、「カメラ・周辺機器」が 31.2%、「玩具・模型」が 30.8%、「カー用品」が 30.2%、「スポーツ・レジャー用品」が 26.4%、「携帯電話・スマートフォン」「パソコン・周辺機器」が 26.1%と他の品目に比べると高い割合となっている。

図表 69 インターネットオークションを通じたリユース品の販売（個数）



### (3) インターネットオークションの利用促進に向けた取組み

インターネットオークションの利用時のハードルとして、出品手続き（手間がかかる、やり方が分からない）、取引相手とのトラブルの懸念（知らない人と商品・金銭の授受）といった点がある。例えば、出品代行を活用することで、手数料が必要となるが、これらを解決することができる。また、サイト運営会社が商品・金銭の授受を仲介するサービスもある。

また、インターネットオークションサイトの運営事業者の立場からは、出品者・落札者の本人確認の徹底、不正な出品（出品禁止物の出品）の巡回監視など、利用者が「手軽に」「安心」して使用できるような工夫・取組を行っている。

図表 70 インターネットオークション利用促進に向けた取組

項目	内容	取組の訴求先	
		出品者	入札者
本人確認の徹底、不正な出品の監視、補償制度など	・円滑な利用、トラブル防止のため、本人確認の徹底、出品禁止物の明確化・巡回監視、不正利用のパトロール、トラブル時の補償制度など、安心して利用できる環境作りを各サイト運営会社が実施している。	○	○
決済代行サービス	・サイト運営会社（またはその連携先）が決済を代行。 ・振込間違いやトラブル防止に寄与するとともに、出品者・落札者が互いの個人情報をやり取りが不用となる。	○	○
出品代行サービス	・出品者の代わりに商品を出品してくれるサービス。 ・出品時の手間（商品説明、写真撮影など）及び落札者とのやり取りを代行してくれる。 ・落札金額に応じて一定の費用を支払うものが多い。 ・数多くの事業者によってサービスが提供されている。	○	—

#### 1) 本人確認の徹底、不正な出品の監視・ルール明確化

本人確認を徹底するとともに、出品禁止商品（例えば、法令で販売・所持が禁止されているもの、公序良俗・モラルに反するもの、危険物、他人の権利・利益を侵害する恐れのあるもの（偽ブランド品、レプリカなど））を明確に定め、該当する商品の出品がないか巡回監視する取組や、不例利用のパトロール、トラブル時の補償制度、トラブル口座リストの公開など、出品者、入札・落札者が安心して利用できるような環境作りを行っている。

#### 2) インターネットオークションサイト運営会社等による決済代行サービス

インターネットオークションを利用する際、詐欺等のトラブル（例えば、入金したのに商品が届かない、商品を送ったのに入金がないなど）に巻き込まれること、出品者及び落札者間での個人情報のやり取り（例えば、振込口座、商品の配送先住所など）に不安を持っていることが想定される。

これらの不安を取り除くためのサービスとして、インターネットオークションサイト運営会社（またはその連携先）が決済を代行するサービスが提供されている。

### 3) 出品代行サービス

インターネットオークションを利用する際、出品時の手続きそのもの（サイトの使用方法、商品説明、商品写真撮影、入札者・落札者とのやり取り）を手間と考え、利用時のハードルとなっているケースが想定される。

これらを解決するために、多くの事業者が出品代行サービスを提供している。郵送にて商品を配送することで、商品説明、写真撮影、入札者・落札者とのやり取り、決済・商品の発送まで代行してくれるサービスである。

出品代行サービス事業者へ商品を発送する際の送料は事業者負担（着払い）のことが多く、一部事業者では自宅まで引き取りに来てくれるサービスもある。

落札されなかった場合には、開始価格を低く設定し直し、再出品されることが多く、最終的には出品代行サービス事業者が買取をしてくれるサービスもある。また、希望の価格で落札されない場合には商品を返却してもらうことも可能である（返却の際には送料は利用者負担）。

図表 71 インターネットオークションにおける出品代行サービスの概要

項目	概要
取扱商品	<ul style="list-style-type: none"> <li>・基本的には郵送可能な商品である程度の価格での落札が見込めるもの</li> <li>・新品購入時の価格、落札想定価格で基準を設ける（落札想定価格を 1,000 円～5,000 円以上を設定する事業者が多い</li> <li>・出品できないと判断されたものは返却される。</li> </ul>
初期費用	<ul style="list-style-type: none"> <li>・出品料は無料、事業者への送料は事業者負担。梱包資材も無料提供される。</li> <li>・地域限定で自宅まで引き取りに来てくれるサービス、持ち込みを受け付けるサービスもあり。</li> </ul>
本人確認	<ul style="list-style-type: none"> <li>・運転免許証・パスポート等のコピーを商品とともに送付</li> </ul>
出品時の設定価格	<ul style="list-style-type: none"> <li>・利用者の希望価格、または事業者が指定する価格。いずれかを選択できるサービスもあり。</li> <li>・不調の際には、設定価格を引き下げて再度出品する。</li> </ul>
サービス利用料	<ul style="list-style-type: none"> <li>・落札金額の一定割合、または定額。事業者によって、また、落札金額によって大きく異なるが、落札金額の 10～30%程度が多い。</li> <li>・落札金額よりサービス利用料を差し引いた金額が入金される。</li> </ul>
落札されなかった場合	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業者による買取、または返却となる。返却時の送料は利用者負担となるケースが多い。</li> </ul>

※上記は、複数の出品代行サービス事業者のサービス内容より代表的と思われる内容を整理したものであり、これ以外のサービスを提供する事業者も存在する。出品方法や商品によって様々なメニューが提供されている。（例えば、急ぎの出品を希望、細かな条件設定が可能なものに対応するサービス）

出典) 各出品代行サービス事業者のウェブサイト等から整理。

#### (4) 地方自治体等におけるインターネットオークションの活用可能性

##### 1) 官公庁オークションの概要

大手インターネットオークションサイト A 社、B 社において、「官公庁オークション」運営しており、地方自治体等の行政機関の参加を促している。官公庁オークションには「インターネット公売」、「公有財産売却」の 2 通りがある（図表 72）。

インターネット公売は、各行政機関が税金などの滞納者から差し押さえた財産を、国税徴収法などにのっとり売却する手続きの一部であり、買受代金は、滞納者の未納税金などの支払いにあてられる。公有財産売却は、各行政機関が所有している財産を、地方自治法などにのっとり売却する手続きの一部であり、売払代金は、実施行政機関の歳入となる。

入札方法には、「せり売形式」と「入札形式」の 2 通りがあり、インターネット公売においてはせり売形式、入札形式のいずれかで、公有財産売却については入札形式で実施される（図表 73）。

いずれも、地方自治体等がインターネットオークションサイト「官公庁オークション」を利用して販売するもので、出品者は地方自治体等となり、インターネットオークションサイトは場・システムを提供する。

官公庁オークションを利用した公有財産売却については、実施行政機関において不用となり、倉庫等で使用されていなかったもの、廃棄・リサイクルとして処理しようとしていたものなども含まれており、これらを積極的に利用することはリユースの促進に繋がるものである。

図表 72 地方自治体におけるインターネットオークションサイトの利用

利用方法	概要
インターネット公売	<ul style="list-style-type: none"> <li>各行政機関が税金などの滞納者から差し押さえた財産を、国税徴収法などにのっとり売却する手続きの一部。差押財産の所有権を滞納者から落札者へ移転するものであり、行政機関の所有物を売却するものではない。</li> <li>貴金属、自動車、不動産、美術品など幅広い対象。</li> <li>インターネット公売で落札された物件の買受代金は、滞納者の未納税金などの支払いにあてられる。</li> </ul>
公有財産売却	<ul style="list-style-type: none"> <li>各行政機関が所有している財産を、地方自治法などにのっとり売却する手続きの一部。</li> <li>不用となった事務機器や、公有不動産、公用車など幅広い対象。</li> <li>公有財産売却で落札された物件の売払代金は、実施行政機関の歳入となる。</li> </ul>

出典) A 社、B 社ウェブサイトより整理

図表 73 インターネット公売、公有財産売却での入札方法

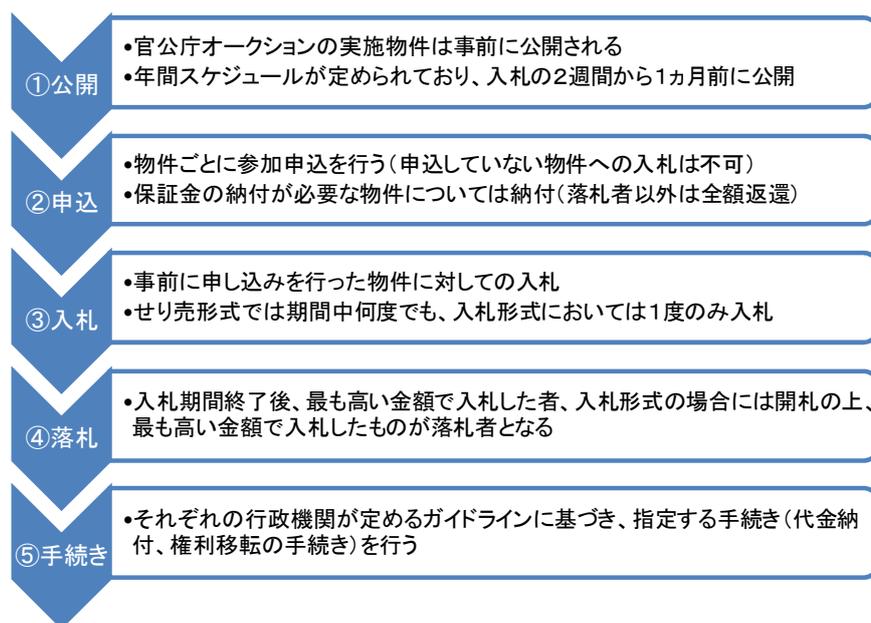
入札方法	概要
せり売形式	<ul style="list-style-type: none"> <li>入札期間中であれば何回でも入札可能。</li> <li>入札状況の履歴は随時確認が可能。</li> <li>最終的に最も高い金額で入札した者が落札者となる。</li> </ul>
入札形式	<ul style="list-style-type: none"> <li>ひとつの物件につき 1 回のみ入札可能。一度入札した物件に再度入札はできない。</li> <li>入札期間中は入札数や入札履歴は公開されず、開札後の開札結果のみ公開される。</li> <li>最も高い金額で入札した者が落札者となる。</li> </ul>

出典) A 社、B 社ウェブサイトより整理

入札者にとって、官公庁オークション（インターネット公売、公有財産売却）に参加する際に、一般のインターネットオークションと異なる点としては、「実施物件が事前に公開され、参加申込が必要となること」、「物件によっては保証金が必要となること」、「実施行政機関からの指示に従った代金納付・権利移転の手続き等が必要なこと」が挙げられる。

実施行政機関では、ガイドライン（インターネット公売ガイドライン、公有財産売却ガイドライン）を作成しており、内容は行政機関ごとに異なるため確認の上、入札する必要がある。

図表 74 官公庁オークションの流れ



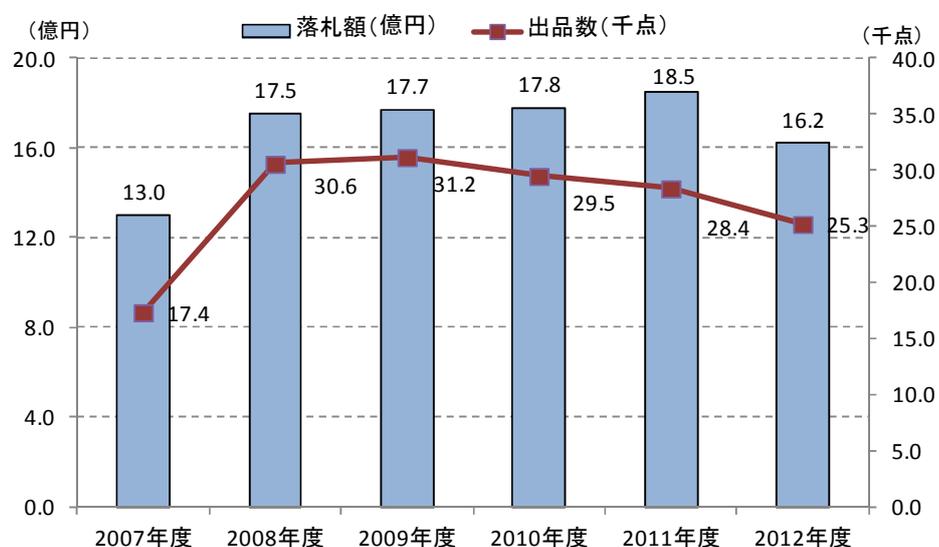
出典) A社、B社ウェブサイトより整理

## 2) 官公庁オークションの実績

A社のプレスリリースをもとに、官公庁オークションの実績の推移を整理する。

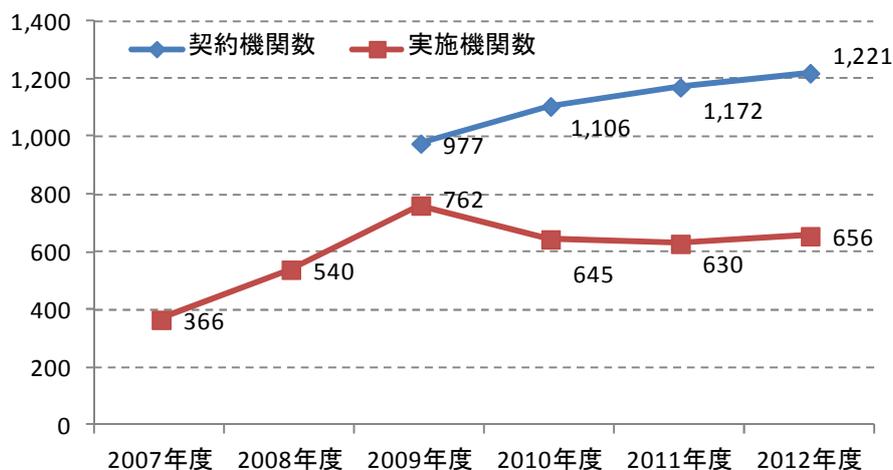
A社のインターネット公売（地方自治体、一部事務組合など）の実績について、年度によって若干の増減の差はあるが、2010年度～2012年度まで実績を見ると、落札金額が16億円～19億円、出品数は25～30万点程度となっている（図表75）。インターネット公売に関する契約機関数、実施機関数の推移では、2012年度で1,221の機関と契約を締結しており年々増加している。当該年度に出品を行った機関数は、2010年度～2012年度までの実績を見ると、650機関程度となっている（図表76）。

図表 75 A社インターネット公売（地方自治体、一部事務組合など）の実績推移（金額、出品数）



注意) 国税庁の実施するインターネット公売は上記に含めていない  
出典) A社プレスリリースより作成

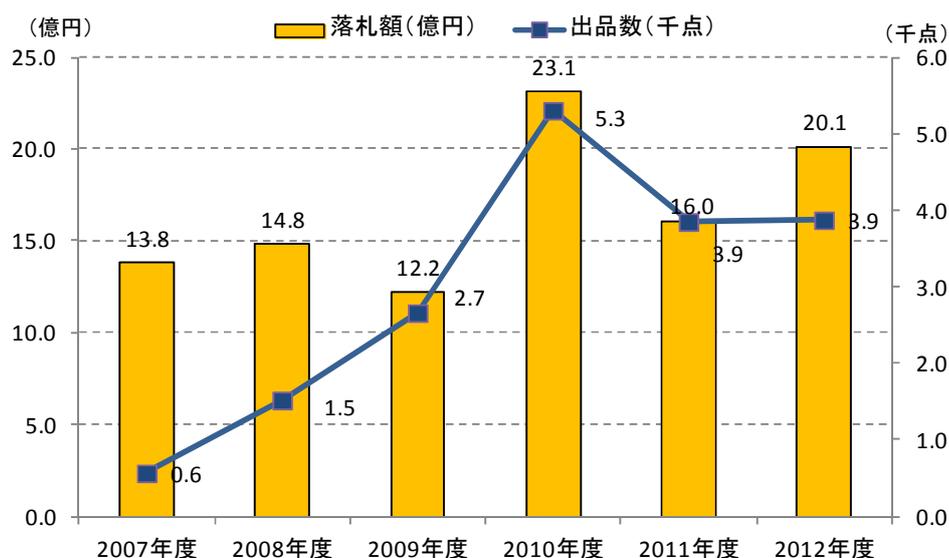
図表 76 A社インターネット公売（地方自治体、一部事務組合など）の実績推移（機関数）



注意) 国税庁の実施するインターネット公売は上記に含めていない  
出典) A社プレスリリースより作成

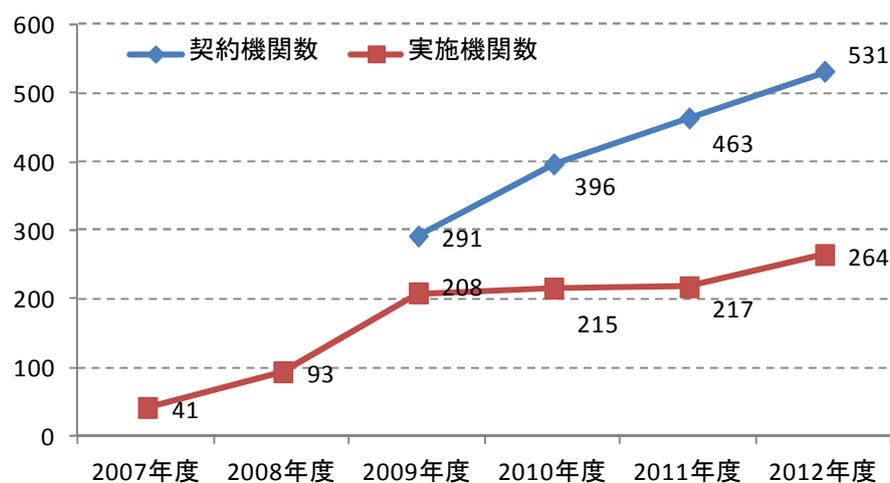
同様に、A社の公有財産売却の実績について、年度によって差があるが、2010年度～2012年度まで実績を見ると、落札金額が16億円～23億円、出品数は4～5万点程度となっている（図表77）。公有財産売却に関する契約機関数、実施機関数の推移では、2012年度で531の機関と契約を締結しており年々増加している。当該年度に出品を行った機関数は、2010年度～2012年度までの実績を見ると、210～260機関程度となっている（図表78）。

図表 77 A社公有財産売却の実績推移（金額、出品数）



出典) A社プレスリリースより作成

図表 78 A社公有財産売却の実績推移（機関数）



出典) A社プレスリリースより作成

### 3) 官公庁オークション活用の主な利点

官公庁オークションを活用することで、出品者である地方自治体等は、落札時のみ費用が発生するが初期費用・出品時の費用は不要である。落札時には落札システム利用料として金額の一部をサイト運営会社に支払う。

従来の方法と比較して、多くの人の参加が期待され、高額落札が期待され歳入増に繋がること、事務コストの低減に繋がり必ずしも高額でないものも対象とできることなどがメリットとして挙げられる。

実際に官公庁オークションを活用している地方自治体においては、「予定価格よりも大幅に高い金額で落札された」、「倉庫で眠っていた備品が落札された」との意見が確認されている。官公庁オークションを活用できる環境を整備（庁内の合意、サイト運営会社との契約、ガイドラインの作成など）さえすれば、出品時の費用は不要であり、落札時に発生するシステム利用料も落札金額の一部から支払われるため比較的容易に利用が可能となる。

図表 79 地方自治体等において官公庁オークションを活用することによる主な利点

- |   |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>■幅広い広報が可能となる<ul style="list-style-type: none"><li>・入札情報を幅広く公開でき、多くの参加者を募ることができる</li></ul></li><li>■高額落札の可能性が高くなる<ul style="list-style-type: none"><li>・入札参加者数が増えることで、高額落札・歳入増が期待できる</li><li>・地方自治体等の出品であり、入札者が安心して入札できる</li></ul></li><li>■事務費用の軽減に繋がる<ul style="list-style-type: none"><li>・インターネットで実施するため入札会場等が不要</li><li>・一度に大量の出品が可能、必ずしも高額でないものも出品対象となる</li><li>・官公庁オークションサイトを活用することで事務費用の軽減に繋がる</li></ul></li></ul> |
|---|

出典) A 社、B 社のサイト、官公庁オークションを活用している地方自治体の事例等より整理

## 2.3 宅配買取サービスの現状把握・利用促進のための方策

### (1) 宅配買取サービスの概要

一般消費者から宅配便を利用してリユース品を買い取るサービスは、2000年頃から提供されており、リネットジャパングループ株式会社（旧社名：ネットオフ株式会社）がその先駆的な存在である。現在、国内100社以上で同様のサービスが展開されていると言われている。

宅配買取サービスは、従来からの店頭買取（消費者がリユースショップの店頭までリユース品を持参し査定・買取する）、出張買取（リユース事業者が消費者宅まで訪問しリユース品を査定・買取する）に加えて、新しいサービスと利用者を増やしている。

リユース品の買取り対象となる品目は、リユース事業者によって異なるが、書籍、DVD・CD、衣類・服飾品、生活家電、携帯電話・スマートフォンなど、宅配便を使用するため大型の製品（家具類等）は対象外となっている。

図表 80 宅配買取サービスの一般的な利用方法の手順



注意) 宅配買取サービス事業者のウェブサイト等より、一般的と考えられる利用方法の手順を整理。上記によらないサービスも存在する。

図表 81 宅配買取サービスを実施している事業者 (例)

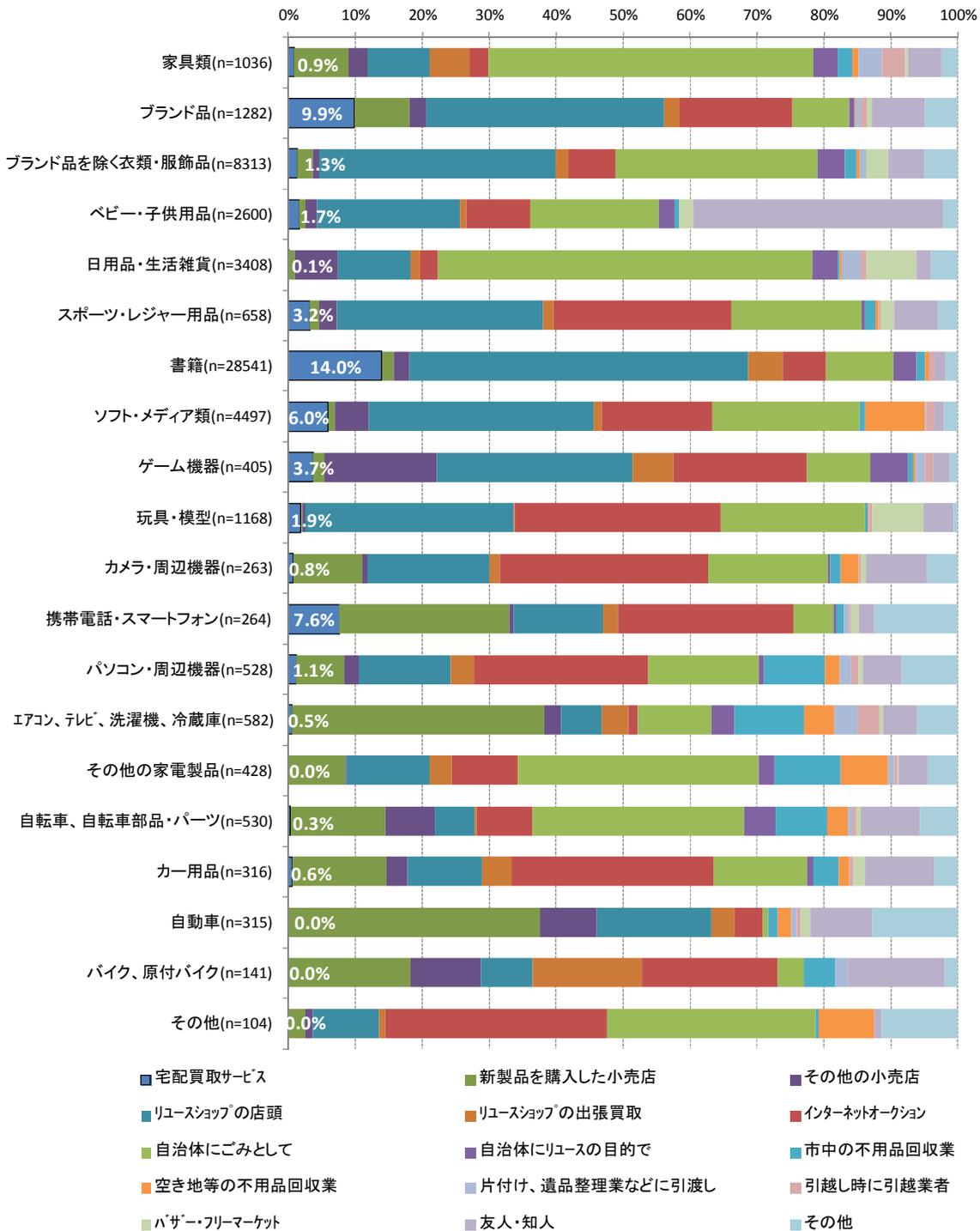
事業者	提供開始	特徴・概要
A社	2000年7月	<ul style="list-style-type: none"> <li>・店舗を有さない宅配買取サービスの専門事業者。商品はインターネット販売。宅配買取サービスの先駆け。</li> <li>・対象品目は、古本、DVD・CD・ゲームソフト、衣類・服飾品、時計、デジタル家電、携帯電話。</li> </ul>
B社	2007年12月	<ul style="list-style-type: none"> <li>・書籍・ソフトを中核とした総合リユースショップ。FCも含めて全国展開。書籍、CD・DVD・ゲームを対象とした宅配買取サービスを実施。商品は店舗等にて販売。</li> </ul>
C社	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>・総合リユースショップ。FCも含めて全国展開。新たなサービスとして宅配買取サービスを実施。商品は店舗等にて販売。</li> <li>・対象品目は、生活・デジタル家電、ブランド品、衣料品・服飾雑貨、ソフト・ゲームなど多数</li> </ul>
D社	2013年3月	<ul style="list-style-type: none"> <li>・対象品目は、衣料品・服飾雑貨、PC・携帯電話等、古本、音楽ソフト・映像ソフトなど。商品は、インターネット販売、または、連携するリユース事業者での販売。</li> </ul>
E社	2012年頃	リユース品の宅配買取先を検索できるサイト。約140社が参加。その他、品番からの査定などのサービスあり。

## (2) 宅配買取サービスのリユース品流通状況について

不用となった製品の排出・引き渡し先（自宅・物置等で保管を除く）について、宅配買取サービスに着目して整理する（図表 82、図表 69と同じ内容のグラフを凡例順序を変えて再掲）。

品目別に宅配買取サービスの利用状況を見ると、「書籍」が14.0%、「ブランド品」が9.9%、「携帯電話・スマートフォン」が7.6%、「ソフト・メディア類」が6.0%と他の品目に比べると高い割合となっている。

図表 82 宅配買取サービスを通じたリユース品の販売（個数）



### (3) 宅配買取サービスの利用促進に向けた取組み

宅配買取サービスの特徴は、宅配便を使用してリユース品を販売することができることであり、サービス提供をしている事業者の Web サイト等では、①近隣にリユースショップがなくてもリユース品を販売できる、②在宅のままリユース品の販売ができる、③リユースショップの営業時間に影響されない、④送料が無料である、といった点が訴求点として挙げられている。

一方、宅配買取サービスを利用しようとする消費者の阻害要因となり得ると考えられることとしては、(非対面であり) 査定が適切にされているか分からない、申込み・郵送時の手続きが分からない・手間がかかる、といったことが想定される。

更なる利用促進のため、いずれのリユース事業者でも利用者が「手軽に」「安心」して使用できるような工夫・取組を行っている(図表 83)。

商品の郵送については、送料は無料(事業者負担)であり、梱包用資材(段ボールや緩衝材など)を無料で提供してくれるサービスや、査定については、一部の事業者では郵送前に商品名・型番、商品の写真等から目安となる事前査定を実施するサービスが提供されている。

図表 83 宅配買取サービスの利用促進に向けた取組み

項目	概要
品目ごとのサービスの特化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・宅配買取サービスでは、書籍、CD 等メディア、ブランド品、衣類、携帯電話・スマートフォン、カメラ等の小型家電、スポーツ用品、楽器などが、郵送が可能であれば幅広い品目が対象となっている。</li> <li>・事業者ごとに品目に特化したサービスを提供している。</li> </ul>
申込・商品の郵送方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・インターネット上で申込を行うサービスが主流。電話でも申込可能。</li> <li>・事業者へ商品を送る際の送料は基本的に無料(事業者負担)であり、梱包用資材(段ボールや緩衝材など)を無料で提供してくれるサービスもある。</li> <li>・利用者の手間軽減のため、伝票記入も不用としているところがある。</li> <li>・提携先の宅配事業者が自宅まで集荷に来てくれる。</li> </ul>
本人確認	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商品の配送にあわせて本人確認書類(運転免許証、パスポート、住民票など)のコピーの送付が求められる。</li> <li>・会員登録等によって初回配送時のみ送付すれば継続利用できるサービス、ウェブ上で画像ファイルをアップロードするサービスなどもある。</li> </ul>
査定・買取基準について	<ul style="list-style-type: none"> <li>・査定結果はメール等で連絡される。査定結果に納得した場合には取引成立となりその金額が振り込まれる。</li> <li>・事業者のウェブサイトにおいて、買取・査定の基準についてできるだけ詳しく記載があり、郵送前に販売可能なものなのかどうか事前に確認できる。(例えば、製造年、取扱ブランドなど)</li> <li>・また、郵送前に、商品名・型番、当該商品の写真などの情報から事前査定を実施できるサービスが提供されている。</li> </ul>
商品の返品について	<ul style="list-style-type: none"> <li>・査定結果に満足できない場合には、商品の返却を求めることができる。</li> <li>・事業者及び品目によって異なるが、返却のための送料は消費者負担のケース、事業者負担のケースのいずれもある。(例えば、A 社では、ブランド品の返却は送料無料、書籍・CD 等は利用者負担(着払い)となっている)</li> </ul>
その他(社会貢献)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・A 社では、社会貢献プログラムとして査定金額の一部を指定する団体に寄付することができる。A 社は消費者が選択した金額と同等額を同時に寄付する。</li> </ul>

※上記は、複数の宅配買取サービス事業者のサービス内容より代表的と思われる内容を整理したものであり、これ以外のサービスを提供する事業者も存在する。

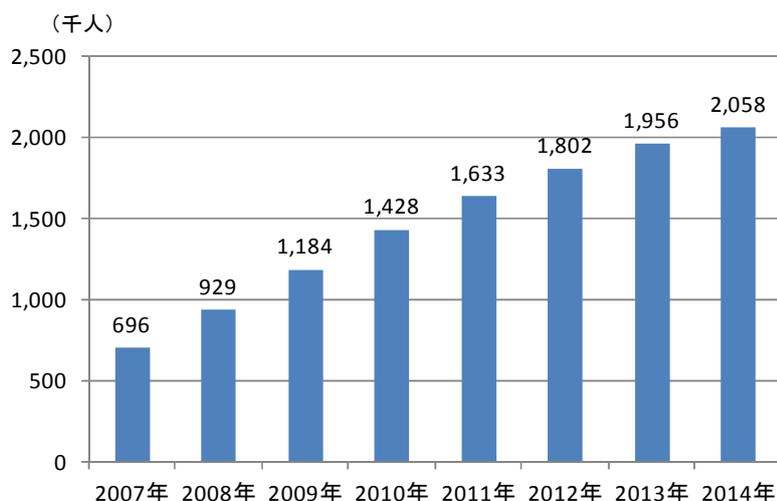
出典) 宅配買取サービス事業者のウェブサイト等から整理。

宅配買取サービスの利用状況について、事業者の公開情報等より整理する。

A 社における宅配買取サービスの登録会員数の推移を図表 84に整理する。会員数は増加傾向にあり、2009 年～2014 年の 6 年間でおよそ 2 倍に増加しており、2014 年で約 200 万人となっている。

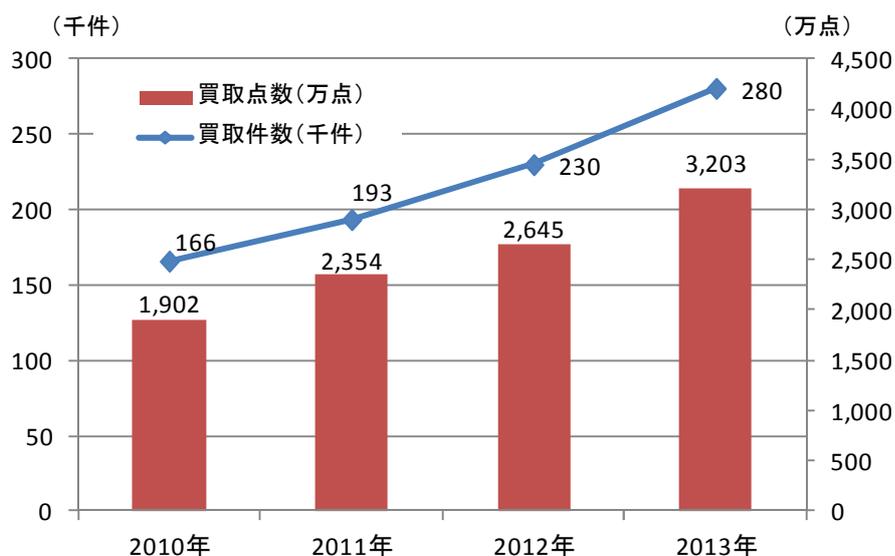
B 社の書籍を対象とした宅配買取サービスの買取件数及び買取点数を図表 85に整理する。買取件数、買取点数のいずれも増加傾向にある。2013 年で延べ約 28 万件、約 3,200 千万点の書籍（1 件あたり 114 点）が宅配買取サービスにより買取りされている。

図表 84 A 社における宅配買取サービスの登録会員数の推移



出典) A 社ウェブサイトより作成

図表 85 B 社における宅配買取サービスの買取件数及び買取点数の推移（書籍）



出典) B 社ウェブサイトより作成

#### (4) 地方自治体等における宅配買取サービスの活用可能性

地方自治体等における宅配買取サービスの活用という視点では、住民に対して宅配買取サービスを提供する事業者を紹介し、住民に対して利用を促すということが想定される。

例えば、東京都世田谷区では、区内及び近隣のリユースショップ情報をまとめたパンフレット「リユースショップを活用してみませんか?」を作成し、区民にリユースを促している。このパンフレットにおいては、区民が利用できるリユースショップの1つとして、宅配買取サービス事業者を紹介している。

### 3. 使用済製品等のリユース促進に向けた考え方

使用済製品等のリユース促進に向けて、さまざまな方法が考えられる。本項では、近年、利用者・流通量が増加傾向にあると考えられるインターネットオークション、リユース品の宅配買取サービスの2つの流通に着目し、その利用状況・利用促進のための方策について整理を行った。

リユース品の流通について、リユース事業者の販売・買取り、宅配買取サービス、インターネットオークション、フリマアプリ、インターネットショッピングサイト、フリーマーケット・バザー、市町村が実施するリユースプラザなど多様なルートが存在する（図表 86）。

使用済製品のリユース促進のためには、利用者に対してはさまざまな手段を選択肢として提示・準備し、それぞれの特徴を理解してもらった上で、利用者の都合・要望に応じて最も好ましい手段を採用することが望ましい（図表 87）。リユースのための手段・選択肢が多ければ多いほど、リユース利用者は増加していくことが期待され、あわせてこれらの手段・選択肢についての適切な情報発信が必要となる。

図表 86 使用済製品のリユースに関する主なルート

消費者から見たリユース方法	概要
リユース事業者を利用 (購入、販売)	古物営業法に基づく、リユース事業者による買取り・販売。買取りは店頭買取り、自宅等への出張買取り、宅配買取りなど様々な形態があり、販売も店頭販売、インターネット販売などの形態がある。
宅配買取サービス (販売)	消費者が宅配便でリユース品を送り、リユース業にて現物を確認して査定、買取りを行う。
インターネットオークション を利用 (購入、販売)	リユース業者も利用するが、個人間でのやりとりにも利用される。インターネットオークションサイト等を通じて、売買を行う。主にせり売で販売される。製品の授受は宅配などを利用することが多い。行政機関向けのサービスとして官公庁オークション。
フリマアプリを利用 (購入、販売)	主にスマートフォンを使ったサービスであり、個人間でのやりとりに利用される。インターネットオークションと異なり売買時の価格は固定。手軽に利用できること。
インターネットショッピング サイトで中古品購入	インターネット上で中古品を購入。リユース事業者の販売に加え、サイト運営会社が販売代行を行うサービスもある。販売価格は固定。新品購入時に、同一製品のリユース品での出品情報（在庫・価格等）を提示してくれるサイトもあり。
フリーマーケット・バザーな どを利用	主に個人間でのやりとり。公園・広場等のスペースに出店される。地方自治体等が主催するものもある。
地方自治体等が運営するリ ユースプラザや不用品交換の 仕組みを利用	住民から不用品を引き取りリユース品として販売。引取方法や販売・譲渡方法には様々な形態がある。また、掲示板等を利用して、住民間の不用品交換を促進する仕組みもある。

図表 87 使用済製品のリユースの特徴（利点、手間と考えられる点）

消費者から見たリユース方法	主な特徴 (○：利点・長所、－：手間と考えられる点)
リユース事業者を利用 (購入、販売)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○幅広い製品を対象にリユース。</li> <li>○対面・現物を見ての売買が可能。購入時は製品の状態等について、販売時は査定に関する疑問点について、その場で確認できる。</li> <li>○販売時の査定は基本的に無料。</li> <li>○購入時は店舗内を実際に見て購入できる。気軽に利用できるようなおしゃれな雰囲気の店舗づくりを進める事業者もいる。</li> <li>－店頭を持ち込む場合には自ら運ぶ必要があり、査定の上、買い取ってもらえなかった場合に持ち帰る必要がある。</li> </ul>
宅配買取サービス（販売）	<ul style="list-style-type: none"> <li>○宅配便でリユース品を送付することで、Email、電話等で査定結果を確認、販売することができる。</li> <li>○送付時の送料は無料（事業者負担）</li> <li>－対面ではなく、査定結果などに不満がある場合、返送等の作業が手間となる可能性ある。</li> <li>－宅配便で送れる大きさ・性状のもののみが対象。製品が限定。</li> </ul>
インターネットオークションを利用（購入、販売）	<ul style="list-style-type: none"> <li>○インターネット上で出品、製品は自宅にある状態でも利用可能。</li> <li>○同様の製品と比較しながら購入ができる。複数サイトの比較サービスも提供されている。</li> <li>－出品（商品説明、写真等）の手続きが手間。（ただし、代行サービスや使いやすいスマートフォンサイトも提供されている）</li> <li>－購入時には現物を確認できない。</li> <li>－非対面であり、知らない人とのやりとりが発生する。（ただし、決済・配送の代行サービスも提供されている）</li> </ul>
フリマアプリを利用 (購入、販売)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○インターネットオークションに比べて、一般的に売買成立までの時間が短い傾向にある。</li> <li>○個人間売買であり、出品の手間が比較的少ない。その手軽さより、特に若年層での利用が進む。</li> <li>－基本的には、宅配便で送れる大きさ・性状のもののみが対象。製品が限定。</li> <li>－購入時には現物を確認できない。</li> <li>－非対面であり、知らない人とのやりとりが発生する。（ただし、決済・配送の代行サービスも提供されている）</li> </ul>
インターネットショッピングサイトを中古品購入	<ul style="list-style-type: none"> <li>○新品を購入するのと同じようにリユース品を購入できる。（決済、配送など）</li> <li>－購入時には現物を確認できない。</li> </ul>
フリーマーケット・バザーなどを利用	<ul style="list-style-type: none"> <li>○持ち帰りが可能な範囲で、幅広い製品を対象にリユース。</li> <li>○対面・現物を見ての売買が可能。交渉そのものに魅力を感じるユーザーも多い。</li> <li>－現地に赴かないとどのような製品が出品されているか分からない</li> <li>－開催時期が限定されており、また屋外で開催される場合には天候にも影響を受ける。</li> </ul>
地方自治体等が運営するリユースプラザや不用品交換の仕組みを利用	<ul style="list-style-type: none"> <li>○幅広い製品を対象にリユース。</li> <li>○基本的に対面・現物を見ることが可能。購入時は製品の状態等についてその場で確認できる。</li> <li>○地方自治体等が運営しており、安心して利用できる。</li> <li>－購入ではなく、抽選等の場合があり必ず欲しいものが手に入るとは限らない</li> </ul>

※これまでの調査結果、ウェブサイトの情報などより一般的な状況を想定して整理した結果。それぞれ個別サービスによって内容は異なる。

## 第5章 リユース関連事業者との意見交換会の開催

### 1. 意見交換会の概要

- 平成27年1月23日（金）にリユース関連事業者との意見交換会を開催し、使用済製品等のリユース推進に向けて意見交換を行った。
- 参加団体は、ジャパンリサイクルアソシエーション（JRCA）、日本リユース機構（JRO）、日本リユース業協会（JRAA）、リネットジャパングループ株式会社、ヤフー株式会社の3団体2社。
- 使用済製品等リユース促進事業研究会 三橋規宏座長にもご出席いただいた。

図表 88 リユース関連事業者との意見交換会の開催概要

◆件名：リユース関連事業者との意見交換会
◆日時：平成27年1月23日（金）16:00～18:00
◆場所：TKP 東京駅大手町カンファレンスセンター 22階D会議室
◆出席者：
<使用済製品等のリユース促進事業研究会 座長>
三橋 規宏 千葉商科大学 名誉教授
<リユース関連事業者>
藤田 惇 一般社団法人ジャパンリサイクルアソシエーション 代表理事
加藤 親男 一般社団法人ジャパンリサイクルアソシエーション 事務局
波多部 彰 一般社団法人日本リユース機構 代表理事
宮崎 隆 日本リユース業協会 専務理事
杉 研也 日本リユース業協会 事務局
山根 秀之 リネットジャパングループ株式会社 執行役員
杉本 亨 ヤフー株式会社 ヤフオク！カンパニー サービス推進本部リユース推進部 部長
望月 貴仁 ヤフー株式会社 ヤフオク！カンパニー ヤフオク！サービス推進本部 ビジネスドライブ室 R2O 推進
<事務局（環境省）>
庄子 真憲 環境省大臣官房廃棄物・リサイクル対策部企画課リサイクル推進室 室長
谷貝 雄三 環境省大臣官房廃棄物・リサイクル対策部企画課リサイクル推進室 室長補佐
川崎 直也 環境省大臣官房廃棄物・リサイクル対策部企画課リサイクル推進室 室長補佐
玉井 和仁 環境省大臣官房廃棄物・リサイクル対策部企画課循環型社会推進室 係長
山崎 剛 環境省大臣官房廃棄物・リサイクル対策部企画課リサイクル推進室 主査
加藤 昂紀 環境省大臣官房廃棄物・リサイクル対策部企画課循環型社会推進室 専門員
<事務局（委託先）>
三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社 環境・エネルギー部

## 2. 主なご意見について

事前にリユース関連事業者の方から頂いた意見をもとに、以下の項目に分けて意見交換をいただいた。意見交換会の場でいただいたご意見を項目別に整理する。

### 意見交換会でご意見をいただいた論点

- |  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>(1) リユースに関する普及啓発について</li><li>(2) リユース品の排出・流通の促進について</li><li>(3) リユース品の利用・購入の促進について</li><li>(4) 地域でのリユース促進（市町村等との連携について）</li><li>(5) リユース事業者のコンプライアンスの徹底（関係法令の遵守、必要に応じた見直し）</li><li>(6) 関連サービス（遺品整理業、片付け業など）における不適切な事業者の排除</li><li>(7) 海外リユースについて</li><li>(8) リユース効果の定量化</li><li>(9) リユースの推進・進捗状況を把握するための指標の設定・整理</li></ul> |
|--|

#### (1) 全般について（リユースに関する現状認識について）

- リユース促進に向けて、これまでもいろいろと議論しているところであるが、そろそろ次のステップに進む時期ではないか。いつまでも検討・議論していても進まない。
- BtoB と BtoC、国内と海外、一般消費財とブランド品の違いなど、論点が混在しているのが問題である。

#### (2) リユースに関する普及啓発について

- リユースに関する情報が十分に発信できていない、発信されていないことが促進を阻んでいる。一部自治体ではリユース事業者を紹介するちらし等作成しているが、多くの自治体では“特定の企業を優遇することになる”という点を懸念して実施されない。
- リユースの啓発・PR について、エコ・環境負荷低減という点だけでは限界がある。「豊かな消費、リーズナブルなコスト」といった点を強調していくことがリユース促進に繋がるのではないか。
- 過去1年間に4割の人がリユースをしたとの結果があるが、この4割の人がどのような人なのか注目すべきである。多くは低所得者層（年収300万円以下）である。
- 学校教育は長期的な視点では有効であるが、リサイクルを主に教育している自治体との間には温度差があるのではないか。
- 消費者に安心して利用していただくため「消費者のリユース全般相談窓口110番」を設置した。消費者からの相談・苦情を踏まえて、対象事業者を指導している。

#### (3) リユース品の排出・流通の促進について

- リユース品の排出・流通の促進が最も重要である。数兆円規模のリユース品が家庭内に

眠っているとの推計もある。まずは利用者数を増やしていくということが重要である。

- 例えば、リユースポイント制度のようなもので、リユースの価値・重要性を一度体験してもらう機会を作るのが良いのではないか。
- リユース品の排出・流通の促進においては、本人確認の効率化も必要ではないか。特にインターネット事業者については求められる。
- 一方、古物営業法の趣旨を考えると、安易に本人確認を簡素化するべきではない。万が一、盗品であった場合には返還義務などが生じる。
- 本人確認について、女性は嫌がる・抵抗がある傾向にある。
- 企業、特に大企業になればなるほど、リユースに関心があっても、組織の定めた従来からのルール・体制を踏襲する傾向にあり、リユース品として排出しがたい傾向にある。また、コンプライアンスの観点からもリサイクルを優先する傾向にある。企業向けにガイドライン等を提示することで促進できないか。
- 公設市場のように、行政が支援するようなリユース品市場を設けて、健全な取引を促すというのも効果的ではないか。市民が安心して利用できる。

#### (4) リユース品の利用・購入の促進について

- リユース品の排出・流通促進がまずは重要ではないか。

#### (5) 地域でのリユース促進（市町村等との連携について）

- 市町村との連携について、モデル事業を実施しているが衣類等の品目に偏っている。様々な製品を対象に連携していくことが必要ではないか。
- モデル事業等においても、民間事業者を巻き込んだ上で公募されると良いのではないか。

#### (6) リユース事業者のコンプライアンスの徹底（関係法令の遵守、必要に応じた見直し）

- リユース事業者のコンプライアンスの徹底がリユース促進にどのような影響があるのか。不用品回収・遺品整理業の中に、確かに悪徳業者はいるかも知れないが、高齢者等にとっては便利である利用されている。悪いことであると言い切れない。取り締まることで新たな社会問題が発生する可能性もあろう。むしろどのように認めていくかという検討も必要ではないか。
- 製品ごと・主体ごとに法律が異なるためリユース促進を阻害しているところがあるのではないか。
- リユース品の排出・流通の促進においては、本人確認の効率化も必要ではないか。特にインターネット事業者については求められる。（再掲）
- リアル店舗事業者を中心としたリユースが議論の中心になるが、時代の流れに沿って、インターネットを通じた無店舗事業者の小委員会などを、関係官庁含め設定し、定期的に議論していくような取り組みもご検討頂きたい。

- 一例を挙げれば、古物営業法においては、新しくネットオークションが対象の古物競りでは、本人確認で携帯電話へのSMS到達確認で良いとなる等、ITが制度に取り入れられているが、ネット買取には認められていない等の課題がある。それらをリユース促進の観点で議論、提案をしていきたい。
- 一方、古物営業法の趣旨を考えると、安易に本人確認を簡素化するべきではない。万が一、盗品であった場合には返還義務などが生じる。(再掲)
- 本人確認について、女性は嫌がる・抵抗がある傾向にある。(再掲)

#### (7) 関連サービス（遺品整理業、片付け業など）における不適切な事業者の排除

- リユース事業者のコンプライアンスの徹底がリユース促進にどのような影響があるのか。不用品回収・遺品整理業の中に、確かに悪徳業者はいるかも知れないが、高齢者等にとっては便利である利用されている。悪いことであると言い切れない。取り締まることで新たな社会問題が発生する可能性もあろう。むしろどのように認めていくかという検討も必要ではないか。(再掲)
- 不適切な遺品整理業とはどのような形態が違法で、何をして良いか、何をしてはならないのか明確にするべきではないか。

#### (8) 海外リユースについて

- 「価値の高い商品は国内、価値が低い製品が海外」というのは現実に即していない。実際には、日本の高品質、高価格製品が海外で販売されている。
- 海外リユースはなくてはならないものと考えており、推進していくべきと考える。海外リユースにおいて何が良くて、何が悪いのか明確にする必要があるのではないか。

#### (9) リユース効果の定量化

- リユース業界のビジネス規模が把握できれば新たにリユース産業に参入する事業者も増えていくであろう。
- ビジネス規模を推計するには、品目別、経過年数も必要である。特に拡大傾向にある品目、例えば、携帯電話、家電等は重要である。その上で、品目別に、新品の〇%がリユースされており、それがいくらで取引されているかというデータがあるとよい。
- B to Bについては、複数回転売されることもあるので、全体像を把握することは難しいであろう。

#### (10) リユースの推進・進捗状況を把握するための指標の設定・整理

- リユース市場規模など毎年推計されるとリユース促進のために重要なデータとなる。

## 第6章 使用済製品等のリユース促進事業 分科会での検討結果

### 1. 目的と概要

第三次循環型社会推進基本計画（平成25年5月閣議決定）において、質にも着目した循環型社会の形成として「リサイクルより優先順位の高い2R（リデュース・リユース）の取組がより進む社会経済システムの構築」が掲げられている。

平成25年度の分科会での議論を踏まえて、「リユース業界に関わる関係法令の整理（環境関連法以外）」、「リユースに係る国際動向」の調査を実施するとともに、「リユースを促進するための制度や政策設計」について検討を行うことを目的とした。

平成26年度の分科会では以下の3つの項目を検討テーマとして設定した。

- (1) リユース業界に関わる関係法令の整理（環境関連法以外）
- (2) リユースに係る国際動向の整理
- (3) リユースを促進するための制度や政策設計について

### 2. 具体的な検討内容・検討結果概要

#### (1) リユース業界に関わる関係法令（環境関連法以外）の整理について

##### ① 目的と概要

各リユース業界団体が進める優良化に向けた様々な取組を踏まえ、リユース業における法令遵守を徹底し、不適切な事業者との差異化を明確にするために、リユース業界にも関係する、遵守し、また知っておくべき、関連法令の整理を行った。

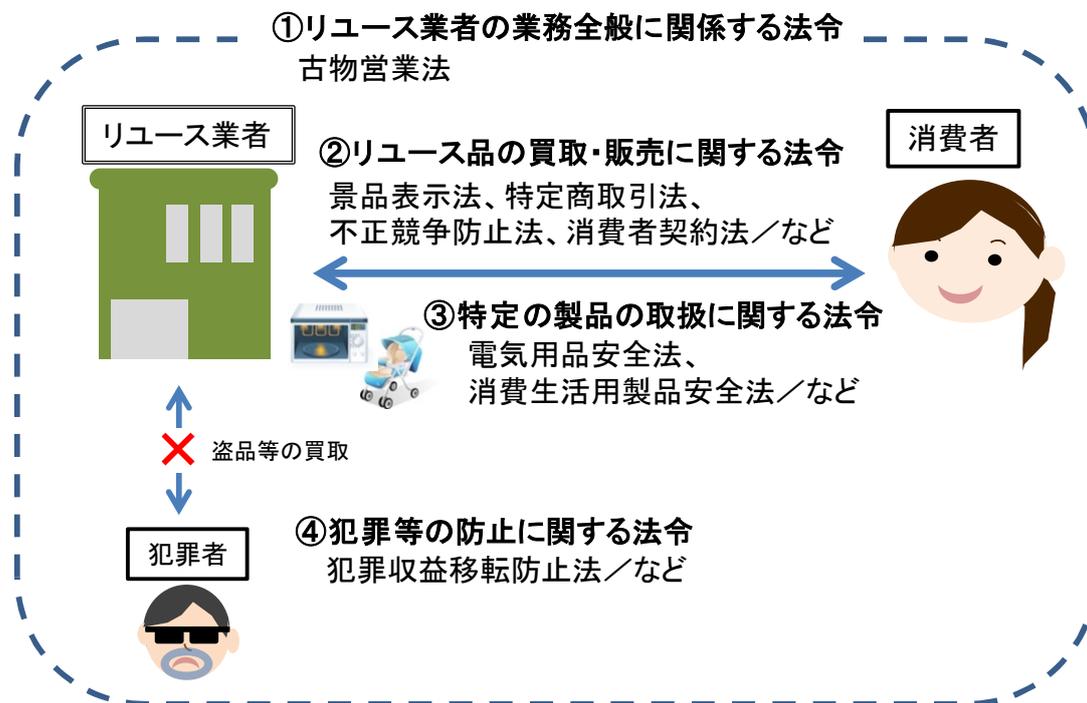
平成25年度の分科会において、環境関連法として「循環型社会形成推進基本法」「廃棄物処理法」「家電リサイクル法」「小型家電リサイクル法」を対象に整理を行ったところである。

平成26年度の分科会においては、盗品等の売買の防止、速やかな発見等を図るために定められた「古物営業法」、訪問販売等の取引において消費者の受けることがある損害防止と利益保護するために定められた「特定商取引に関する法律」、消費者と事業者の情報力・交渉力の格差を前提とし、消費者の利益擁護を図ることを目的「消費者契約法」などを対象にリユース業界にも関係する、遵守し、また知っておくべき法令の整理を行った。

##### ② 整理対象としたリユース業界に関わる関係法令（環境関連法以外）

リユース業が遵守すべき関係法令として、「リユース業者の業務全般に関する法令」、「リユース品の買取・販売に関する法令（消費者保護の観点から遵守すべき法令）」、「特定の品目を取り扱う際に遵守すべき法令」、「犯罪等の助長に荷担しないために遵守すべき法令」に分けて整理を行った。

図表 89 整理対象とする関係法令のイメージ図



図表 90 整理対象とする関係法令（案）

- ◆リユース業者の業務全般に関する法令  
「古物営業法」（買取依頼者の身元確認、帳簿記録、不正品の申告義務など）
- ◆リユース品の買取・販売に関連する法令（消費者保護の観点から遵守すべき法令）  
「景品表示法」（不当な顧客誘引の禁止）  
「特定商取引に関する法律」（訪問購入の義務と制限）  
「不正競争防止法」（知的財産権の侵害、コピー商品などの販売の規制）  
「消費者契約法」（契約過程・契約条項に係わるトラブルの解決）  
「個人情報の保護に関する法律」（顧客や従業員の個人情報の取り扱い）
- ◆特定の品目を取り扱う際に遵守すべき法令  
「電気用品安全法」（電気用品の販売の制限（PSE マーク））  
「消費生活用製品安全法」（特定製品の販売の制限（PSC マーク））
- ◆犯罪等の助長に荷担しないために遵守すべき法令  
「犯罪収益移転防止法」（200万円を超える売買契約時の確認・届け出義務）

## (2) リユースに係る国際動向

### ① 目的と概要

我が国のリユースを促進するための方策を検討するための一助として、海外におけるリユースの制度や取組みに関する調査を行った。

具体的には、国内におけるリユースの促進上の課題として議論されている論点のうち、「リユース促進の法制度」「リユース品の排出・流通の促進」「リユース品の利用・購入の促進」「リユース業界の優良化・品質保証」について、欧州及び米国の一部の州を対象として、関連する取組みの現状を把握した。

### ② 調査対象とした制度・取組み

- 「リユース促進の法制度」については、EU 廃棄物指令に基づいて加盟各国に「廃棄物発生抑制・管理計画（Waste Prevention Program）」の策定を義務付け、その策定支援を行っている EU の事例と、家電リサイクルにおいてリユースを促進するインセンティブを設けている米国イリノイの事例を取りあげた。
- 「リユース品の排出・流通の促進」については、「廃棄物発生抑制・管理計画」において国民 1 人あたりのリユース量の目標値を定めているベルギーブリュッセル首都圏地域における、リユース品の回収・リユースのシステムを取りあげた。
- 「リユース品の利用・購入の促進」については、中央政府の公共調達制度において、リユース品の調達を一部明記している英国の事例を取りあげた。
- 「リユース業界の優良化・品質保証」については、欧州における品質保証に関する制度として、EU の消費財の販売と保証に関する指令（Sales of Consumer Goods and Associated Guarantees in the European Union）、英国の廃家電のリユース基準（PAS141）をとりあげる。また、環境保護や貧困削減を目的とした社会的企業等の非営利型のリユース業者の欧州におけるネットワーク組織である RREUSE の取組みと、ベルギーを中心として取組まれているリユース業者の認証制度について取りあげた。

図表 91 調査対象とした制度・取組み

リユース促進上の課題	調査対象
(1) リユース促進の法制度	・ EU 廃棄物指令に基づく廃棄物発生抑制・管理計画 ・ イリノイ州の家電リサイクル・リユース法
(2) リユース品の排出・流通の促進	・ リユースの目標値を設定しているベルギー（ブリュッセル首都圏地域）の取組み
(3) リユース品の利用・購入の促進	・ 英国の公共調達制度
(4) リユース業界の優良化・品質保証	・ 欧州の品質保証に関する制度 ・ 欧州の非営利型リユースの業界団体 RREUSE ・ リユース業者の認証制度 ARC

### (3) リユースを促進するための制度や政策設計について

#### ① 目的と概要

使用済製品等のリユース促進のためにどのような取組みを進めるべきか、そのための制度や政策設計などについて、自由にご意見をいただき検討を進めた。

ご意見をいただく際には「リユース業界に関わる関係法令の整理」、「リユースに係る国際動向」の調査結果、及びこれまでの研究会・分科会等での議論・意見内容などを参考資料とした。

#### ② リユースを促進するための制度や政策設計についての主なご意見

- リユース推進においては、商業性の高い製品のリユース、商業性の低い製品のリユースを分けて考える必要があるのではないかと。後者には、相当数の不用品も発生することから、どのように適性化するかが重要ではないかと。どこから、どのように推進するか検討が必要ではないかと。
- 普及啓発が必要であり、リユースの効果を「見える化」していくことも必要ではないかと。定性的な評価でも良いので、整理していくことが必要ではないかと。そもそもリユースという言葉が十分に認知されていないのではないかと。
- 使用済製品のリユース促進において、排出・流通の促進があるが、高齢者の方が増えていく社会の中でどのように進めて行くかという点を検討する必要があるのではないかと。
- 事業者が排出する製品が、リユースでなく、産業廃棄物として排出されてしまうことについて、不用品のリユース可否の判断、どの段階で不用品が廃棄物とリユース品に分かれるのか明確にできないことが課題であろう。会計基準等の整理も必要であり、リユース品の処分・引渡を会計の中でどのように位置づけるか。
- 地方自治体におけるリユース促進について、3R推進の1つの手段としての認識であり、積極的な取組みを進める自治体は限られているのではないかと。市町村では組織規模に差があり、一律の取組みは困難ではないかと。
- 法律を遵守する優良リユース事業者は良いが、遵守しない不適切な事業者をどのようにするか。不適切な事業者の多くは業界団体に加盟していないと思われ、それらの不適切な事業者、アウトサイダーをどのように規制するかが問題ではないかと。環境省だけではなく、関連行政庁とも情報交換をしながら進めていく必要があるのではないかと。
- 一方で、不適切な事業者かも知れないが、消費者にとっては便利だから、不適切と気がつかずに利用しているという側面もある。現状の整理が必要ではないかと。
- リユース品の排出・流通が重要との指摘があるが、国内での利用する側の議論も必要ではないかと。一部の製品（例えば、子ども服など）は流通するが、他の製品では不十分なところもあるのではないかと。

## 別添 リユース業界に関わる関係法令(環境関連法以外)の整理 (案)

## &lt;目次&gt;

1. 目的と概要.....	2
2. リユース業界に関わる関係法令 (環境関連法以外) (案) .....	2
3. リユース業が遵守すべきポイント .....	5
3.1 リユース業者の業務全般に関する法令 .....	5
(1) 「古物営業法」について .....	5
3.2 リユース品の買取・販売に関連する法令 (消費者保護の観点から遵守すべき法令) .....	12
(1) 「景品表示法」について .....	12
(2) 「特定商取引に関する法律」について .....	14
(3) 「不正競争防止法」について .....	18
(4) 「消費者契約法」について .....	19
(5) 「個人情報の保護に関する法律」について .....	20
3.3 特定の製品を取り扱う際に遵守すべき法律 .....	21
(1) 「電気用品安全法」について .....	21
(2) 「消費生活用製品安全法」について .....	23
3.4 犯罪等の防止・早期発見、荷担しないために遵守すべき法律 .....	25
(1) 「犯罪収益移転防止法」について .....	25
4. 参考文献・資料一覧 .....	26

## 1. 目的と概要

各リユース業界団体が進める優良化に向けた様々な取組を踏まえ、リユース業における法令遵守を徹底し、不適切な事業者との差異化を明確にするために、リユース業界にも関係する、遵守し、また知っておくべき、関連法令の整理を行う。

平成 25 年度の分科会において、環境関連法として「循環型社会形成推進基本法」「廃棄物処理法」「家電リサイクル法」「小型家電リサイクル法」を対象に整理を行ったところである。

平成 26 年度の分科会においては、盗品等の売買の防止、速やかな発見等を図るために定められた「古物営業法」、訪問販売等の取引において消費者の受けることがある損害防止と利益保護するために定められた「特定商取引に関する法律」、消費者と事業者の情報力・交渉力の格差を前提とし、消費者の利益擁護を図ることを目的「消費者契約法」などを対象にリユース業界にも関係する、遵守し、また知っておくべき法令の整理を行う。

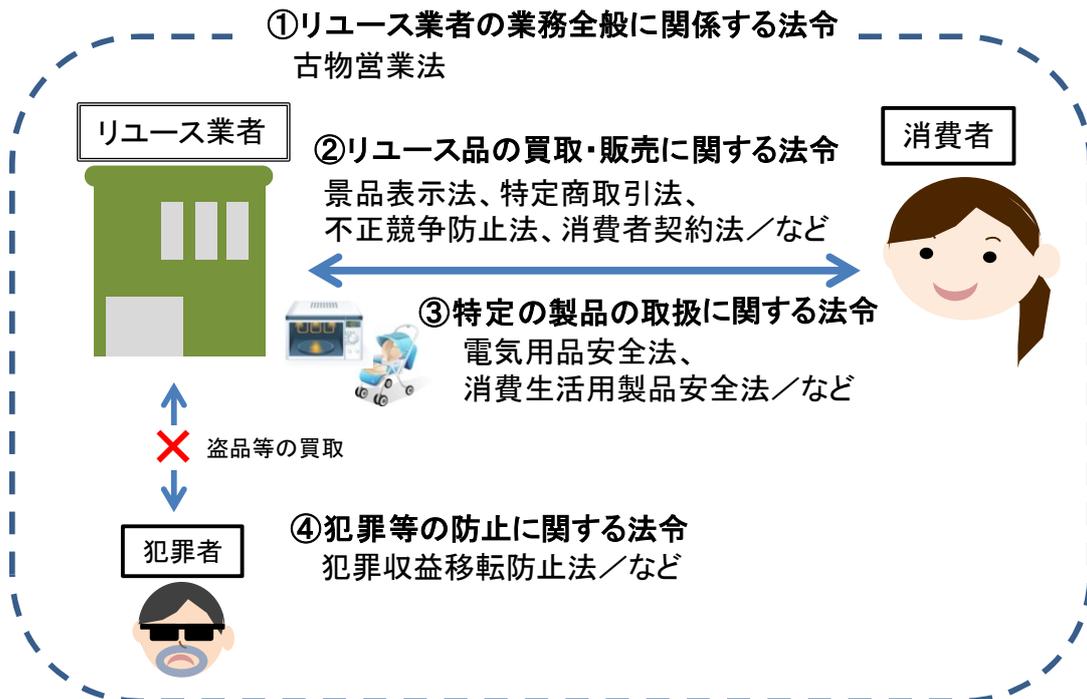
## 2. リユース業界に関わる関係法令（環境関連法以外）

整理対象とするリユース業界に関わる関係法令（案）を図表 89、図表 90に示す。

リユース業が遵守すべき関係法令として、「リユース業者の業務全般に関する法令」、「リユース品の買取・販売に関する法令（消費者保護の観点から遵守すべき法令）」、「特定の品目を取り扱う際に遵守すべき法令」、「犯罪等の助長に荷担しないために遵守すべき法令」に分けて整理を行う。

なお、これらの法律は民法・刑法に基づくものであり、例えば、古物営業法は民法の「盗品又は遺失物の快復」（第 193 条、第 194 条）に基づき、消費者契約法は民法の特別法として位置づけられており、消費者契約に限定し、民法の詐欺、錯誤、強迫による契約に対する救済措置が強化されている。

図表 92 整理対象とする関係法令のイメージ図



図表 93 整理対象とする関係法令（案）

◆リユース業者の業務全般に関する法令 「古物営業法」（買取依頼者の身元確認、帳簿記録、不正品の申告義務など）
◆リユース品の買取・販売に関連する法令（消費者保護の観点から遵守すべき法令） 「景品表示法」（不当な顧客誘引の禁止） 「特定商取引に関する法律」（訪問購入の義務と制限） 「不正競争防止法」（知的財産権の侵害、コピー商品などの販売の規制） 「消費者契約法」（契約過程・契約条項に係わるトラブルの解決） 「個人情報の保護に関する法律」（顧客や従業員の個人情報の取り扱い）
◆特定の品目を取り扱う際に遵守すべき法令 「電気用品安全法」（電気用品の販売の制限（PSE マーク）） 「消費生活用製品安全法」（特定製品の販売の制限（PSC マーク））
◆犯罪等の助長に荷担しないために遵守すべき法令 「犯罪収益移転防止法」（200万円を超える売買契約時の確認・届け出義務）

図表 94 整理対象とする関係法令の名称と目的（案）

## ◆リユース業者の業務全般に関する法令

関係法令の名称	目的
古物営業法 （昭和二十四年五月二十八日法律第八八号）	盗品等の売買の防止、速やかな発見等を図るため、古物営業に係る業務について必要な規制等を行い、もって窃盗その他の犯罪の防止を図り、及びその被害の迅速な回復に資することを目的とする。

## ◆リユース品の買取・販売に関連する法令（消費者保護の観点から遵守すべき法令）

関係法令の名称	目的
不当景品類及び不当表示防止法（昭和三十七年五月十五日法律第百三十四号）	この法律は、商品及び役務の取引に関連する不当な景品類及び表示による顧客の誘引を防止するため、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれのある行為の制限及び禁止について定めることにより、一般消費者の利益を保護することを目的とする。
特定商取引に関する法律（昭和五十一年六月四日法律第五十七号）	特定商取引（訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売に係る取引、連鎖販売取引、特定継続的役務提供に係る取引、業務提供誘引販売取引並びに訪問購入に係る取引をいう。）を公正にし、及び購入者等が受けることのある損害の防止を図ることにより、購入者等の利益を保護し、あわせて商品等の流通及び役務の提供を適正かつ円滑にし、もって国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。
不正競争防止法（平成五年五月十九日法律第四十七号）	この法律は、事業者間の公正な競争及びこれに関する国際約束の的確な実施を確保するため、不正競争の防止及び不正競争に係る損害賠償に関する措置等を講じ、もって国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。
消費者契約法（平成十二年五月十二日法律第六十一号）	この法律は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差にかんがみ、事業者の一定の行為により消費者が誤認し、又は困惑した場合について契約の申込み又はその承諾の意思表示を取り消すことができることとするとともに、事業者の損害賠償の責任を免除する条項その他の消費者の利益を不当に害することとなる条項の全部又は一部を無効とするほか、消費者の被害の発生又は拡大を防止するため適格消

関係法令の名称	目的
	<p>費者団体が事業者等に対し差止請求をすることができることとすることにより、消費者の利益の擁護を図り、もって国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。</p>
<p>個人情報の保護に関する法律 (平成十五年五月三十日法律第五十七号)</p>	<p>この法律は、高度情報通信社会の進展に伴い個人情報の利用が著しく拡大していることにかんがみ、個人情報の適正な取扱いに関し、基本理念及び政府による基本方針の作成その他の個人情報の保護に関する施策の基本となる事項を定め、国及び地方公共団体の責務等を明らかにするとともに、個人情報を取り扱う事業者の遵守すべき義務等を定めることにより、個人情報の有用性に配慮しつつ、個人の権利利益を保護することを目的とする。</p>

## ◆特定の品目を取り扱う際に遵守すべき法令

関係法令の名称	目的
<p>電気用品安全法（昭和三十六年十一月十六日法律第二百三十四号）</p>	<p>この法律は、電気用品の製造、販売等を規制するとともに、電気用品の安全性の確保につき民間事業者の自主的な活動を促進することにより、電気用品による危険及び障害の発生を防止することを目的とする。</p>
<p>消費生活用製品安全法 (昭和四十八年六月六日法律第三十一号)</p>	<p>この法律は、消費生活用製品による一般消費者の生命又は身体に対する危害の防止を図るため、特定製品の製造及び販売を規制するとともに、特定保守製品の適切な保守を促進し、併せて製品事故に関する情報の収集及び提供等の措置を講じ、もって一般消費者の利益を保護することを目的とする。</p>

## ◆犯罪等の助長に荷担しないために遵守すべき法令

関係法令の名称	目的
<p>犯罪による収益の移転防止に関する法律 (平成十九年三月三十一日法律第二十二号)</p>	<p>この法律は、犯罪による収益が組織的な犯罪を助長するために使用されるとともに、これが移転して事業活動に用いられることにより健全な経済活動に重大な悪影響を与えるものであること、及び犯罪による収益の移転が没収、追徴その他の手続によりこれをはく奪し、又は犯罪による被害の回復に充てることを困難にするものであることから、犯罪による収益の移転を防止すること（以下「犯罪による収益の移転防止」という。）が極めて重要であることに鑑み、特定事業者による顧客等の本人特定事項等の確認、取引記録等の保存、疑わしい取引の届出等の措置を講ずることにより、組織的な犯罪の処罰及び犯罪収益の規制等に関する法律及び国際的な協力の下に規制薬物に係る不正行為を助長する行為等の防止を図るための麻薬及び向精神薬取締法等の特例等に関する法律による措置と相まって、犯罪による収益の移転防止を図り、併せてテロリズムに対する資金供与の防止に関する国際条約等の的確な実施を確保し、もって国民生活の安全と平穏を確保するとともに、経済活動の健全な発展に寄与することを目的とする。</p>

### 3. リユース業が遵守すべきポイント

#### 3.1 リユース業者の業務全般に関する法令

##### (1) 「古物営業法」について

古物営業法は、盗品等の売買の防止、速やかな発見等を図るために定められた法律です。リユース業者は古物営業に関する許可・届出が必要で、例えば、以下のような点を遵守する必要があります。

- 依頼者の本人確認、帳簿等への記録(3年間保管)が義務となります。対象となるのは、1回の買取総額が1万円以上の場合にはすべての古物について、また、1万円未満の場合でも自動二輪車及び原動機付き自転車、ゲームソフト、書籍、CD・DVD等を買取りする場合には、値段に関わらず必要です。
- 不正品の疑いがある場合には申告する義務があります。取引の相手方の挙動不審や持ち込まれた品物に盗品等の疑いがある場合は、警察に申告(通報)してください。
- その他、行商時の許可証の携行、営業所等での標識の掲示、管理者の設置、行商時の営業の制限などを遵守する必要があります。

古物営業法はリユース業者の業務全般に関わる法令です。上記以外にも遵守すべき事項がありますので不明点があれば、最寄りの警察署生活安全課に相談してください。

##### 1) 古物営業法の概要

古物営業法は、盗品等の売買の防止、速やかな発見等を図るために定められた法律であり、古物営業に係る業務について必要な規制等を行い、窃盗その他の犯罪の防止を図り、及びその被害の迅速な回復に資することを目的としています(第1条)。

同法の許可を得て業を営む事業者は、買取依頼者の身元確認・帳簿への記録、また不正品の疑いがある場合の申告義務などが定められています。

古物営業法において「古物」とは、「一度使用された物品、若しくは使用されない物品で使用のために取引されたもの又はこれらの物品に幾分の手入れをしたもの」と定義されています(第2条1項)。具体的には古物営業法施行規則第2条によって13種類に分類されており、何らかの「物品」である以上、原則いずれかの分類に当てはまります(図表95)。

図表 95 古物の13分類(古物営業法施行規則第2条)

分類	具体的な内容
(1) 美術品類	あらゆる物品について、美術的価値を有しているもの 【例】 絵画、書、彫刻、工芸品、登録火縄銃・登録日本刀
(2) 衣類	繊維製品、革製品等で、主として身にまとうもの 【例】 着物、洋服、その他の衣料品、敷物類、テーブル掛け、布団、帽子、旗
(3) 時計・宝飾品類	そのものの外見的な特徴について使用する者の嗜好によって選択され、身につけて使用される飾り物 【例】 時計、眼鏡、コンタクトレンズ、宝石類、装飾具類、貴金属類、模造小判、オルゴール、万歩計
(4) 自動車	自動車及びその物の本来の用法として自動車の一部として使用される物品

分類	具体的な内容
	【例】 その部分品を含みます。タイヤ、バンパー、カーナビ、サイドミラー等
(5) 自動二輪車及び原動機付自転車	自動二輪車及び原動機付自転車並びに、その物の本来の用法として自動二輪車及び原動機付自転車の一部として使用される物品 【例】 タイヤ、サイドミラー等
(6) 自転車類	自転車及びその物の本来の用法として自転車の一部として使用される物品 【例】 空気入れ、かご、カバー等
(7) 写真機類	プリズム、レンズ、反射鏡等を組み合わせて作った写真機、顕微鏡、分光器等 【例】 カメラ、レンズ、ビデオカメラ、望遠鏡、双眼鏡、光学機器
(8) 事務機器類	主として計算、記録、連絡等の能率を向上させるために使用される機械及び器具 【例】 レジスター、タイプライター、パソコン、ワープロ、コピー機、ファックス、シュレッダー、計算機
(9) 機械工具類	電機によって駆動する機械及び器具並びに他の物品の生産、修理等のために使用される機械及び器具のうち、事務機器類に該当しないもの 【例】 工作機械、土木機械、医療機器類、家庭電化製品、家庭用ゲーム機、電話機
(10) 道具類	(1)～(9)、(11)～(13)に掲げる物品以外のもの 【例】 家具、楽器、運動用具、CD、DVD、ゲームソフト、玩具類、トレーディングカード、日用雑貨
(11) 皮革・ゴム製品類	主として、皮革又はゴムから作られている物品 【例】 鞆、バッグ、靴、毛皮類、化学製品（ビニール製、レザー製）
(12) 書籍	
(13) 金券類	【例】 商品券、ビール券、乗車券、航空券、各種入場券、各種回数券、郵便切手、収入印紙、オレンジカード、テレホンカード、株主優待券

※庭石、石灯籠、空き箱、空き缶類、金属原材料、被覆いのない古銅線類は、古物に該当しない。  
出典) 警視庁ウェブサイト (<http://www.keishicho.metro.tokyo.jp/tetuzuki/kobutu/kaisetu.htm>)

## 2) 「古物営業」に関する許可・届出

リユース品を買い受け・販売・交換（委託を受けた場合も含む）する行為は、古物営業となります。古物営業法では、①古物商、②古物市場主、③古物競りあわせん業者の3つの種類に分けられています。①、②は都道府県公安委員会から許可を受ける必要があり、③は公安委員会へ届出をしなければなりません。

どのような行為において、どのような許可・届出が必要かを図表 96に整理します。例えば、古物商許可が必要ない行為として、自分のものを売る、無償でもらった物を売るといったケースが想定されます。

図表 96 古物営業に関する許可・届出の確認

<p>◆古物商許可が必要な行為</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・古物を買って取る。</li> <li>・古物を買って取る修理等して売る。</li> <li>・古物を買って取る使える部品等売る。</li> <li>・古物を買って取らないで、売った後に手数料を貰う（委託売買）。</li> <li>・古物を別の物と交換する。</li> <li>・古物を買って取るレンタルする。</li> <li>・国内で買った古物を国外に輸出して売る。</li> <li>・これらをネット上で行う。</li> </ul>	<div style="border: 2px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">古物商許可 が必要</div>
<p>◆古物商許可が必要ない行為</p>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>・自分の物を売る。 ※自分で使っていた物、使うために買ったが未使用の物のこと。 最初から転売目的で購入した物は含まれません。</li> <li>・自分の物をオークションサイトに出品する。</li> <li>・無償でもらった物を売る。</li> <li>・相手から手数料等を取って回収した物を売る。</li> <li>・自分が売った相手から売った物を買戻す。</li> <li>・自分が海外で買ってきたものを売る。 ※他の輸入業者が輸入したものを国内で買って売る場合は含まれません。</li> </ul>	古物商許可 は必要ない
<p>◆古物市場主許可が必要</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・古物商間で古物の売買、交換のための市場を主催する。</li> </ul>	古物市場主 許可が必要
<p>◆古物市場主許可が必要ない</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・誰でも利用できるフリーマーケットを主催する。</li> </ul>	古物市場主 許可が不要
<p>◆古物競りあっせん業の届出が必要</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・インターネット上でオークションサイトを運営する。</li> </ul>	古物競りあっせん 業の届出必要

出典) 警視庁ウェブサイト (<http://www.keishicho.metro.tokyo.jp/tetuzuki/kobutu/kaisetu.htm>)

### 3) 買取時の本人確認・帳簿記録の義務（古物営業法第 15 条、第 16 条）<sup>13</sup>

古物の買い受け、売却の委託を受けるときには、①買取依頼者の本人確認、②帳簿などへの記録が必要です（第 15 条、第 16 条）。

#### ① 本人確認・帳簿記録が必要な取引

換金目的による万引き被害品の市場への流入を抑止するため、平成 23 年に改正古物営業法施行規則（平成 23 年 4 月 1 日）が施行され、古物商が買い受けを行う際の本人確認義務等が強化されました。

改正前までは、取引の対価の総額が 1 万円未満の場合は、身元確認、帳簿等への記録が原則、免除され、その例外として、自動二輪車及び原動機付き自転車、家庭用ゲームソフトは、1 万円未満であっても本人確認及び記録が義務づけられていました。

改正によって、新たな規制対象が増え、新たに書籍（単行本、雑誌、マンガ、辞書など「本」はすべて対象）や CD・DVD 等（CD、DVD、レーザーディスク、ブルーレイディスク）が加えられました。

したがって、1 回の買取総額が 1 万円以上の場合はすべての古物について、また、1 万円未満の場合でも自動二輪車及び原動機付き自転車、ゲームソフト、書籍、CD・DVD 等を買取りする場合には、値段に関わらず、依頼者の本人確認、帳簿等への記録（3 年間保管）が義務となります。

<sup>13</sup> 警視庁ウェブサイト ([http://www.keishicho.metro.tokyo.jp/tetuzuki/kobutu/cd\\_dvd.htm](http://www.keishicho.metro.tokyo.jp/tetuzuki/kobutu/cd_dvd.htm))

図表 97 依頼者の本人確認、帳簿等への記録が必要な場合（古物営業法施行規則第 16 条）

- 1 回の買取総額が 1 万円以上の場合、すべての古物について身元確認、帳簿記録が必要
- ただし、以下の物品については買取総額が 1 万円未満の場合でも、身元確認、帳簿記録が必要
  - ・ 自動二輪車及び原動機付き自転車
  - ・ 家庭用ゲームソフト
  - ・ 書籍（単行本、雑誌、マンガ、辞書など「本」はすべて対象）
  - ・ 光学的方式により音または映像を記録したもの（CD、DVD、レーザーディスク、ブルーレイディスクなど）

## ② 本人確認の方法（古物営業法第 15 条）

本人確認の方法は、古物営業法第 15 条、古物営業法施行規則第 15 条に定められており、図表 98 に示す①～③のいずれの方法で確認する必要があります。違反時には確認義務違反として 6 ヶ月以下の懲役又は 30 万円以下の罰金が科せられます（古物営業法第 33 条第 1 号）。

図表 98 本人確認の方法（古物営業法施行規則第 15 条）

- ① 買取依頼者から、身分証明書、運転免許証、国民健康保険被保険証など、身元を確かめられる資料の提示を受け本人であることを確認する。  
（その身元を確かめられる人に問合せることでも認められる）
- ② 買取依頼人に面前において、住所、氏名、職業、年齢をボールペン等で記入してもらう。その内容が疑わしい場合には①を行うこと。
- ③ 非対面の場合には、電子署名付電子メール、本人確認書類のコピー等の送付を受け本人名義の預貯金口座に入金する、本人限定受取郵便などで確認する。

※非対面の場合について、詳細は警視庁ウェブサイトなどを参照。

<http://www.keishicho.metro.tokyo.jp/tetuzuki/kobutu/hitaimen.htm>

## ③ 帳簿等への記録内容について（古物営業法第 16 条）

リユース品の買取り、販売の際には、その都度、図表 99 に示す事項を台帳等に記録する必要があります。違反時には古物商の帳簿の記録義務違反として 6 ヶ月以下の懲役又は 30 万円以下の罰金が科せられます（古物営業法第 33 条第 2 号）。

図表 99 帳簿等で記録する事項（古物営業法第 16 条）

- ① 取引の年月日
- ② 古物の品目及び数量
- ③ 古物の特徴
- ④ 買取依頼者の住所、氏名、職業及び年齢
- ⑤ 本人確認の方法

#### 4) 不正品の疑いがある場合の申告義務

古物商は、古物を買受け、若しくは交換し、又は売却若しくは交換の委託を受けようとする場合において、当該古物について不正品の疑いがあると認めるときは、直ちに、警察にその旨を申告しなければならないとされています。(古物営業法第 15 条 3 項)

取引の相手方の挙動不審や持ち込まれた品物に盗品等の疑いがある場合は、警察(管轄署の盗犯係)に申告(通報)してください。

また、盗品と認識した上で、買取った場合には盗品等有償譲受け罪(刑法第 256 条)が成立します。これは、盗品等の利用・処分を援助する行為であり、窃盗などの犯罪行為を誘発・助長することになります。盗品等有償譲受け罪には懲役刑と罰金刑が科されます。

#### 5) その他の古物営業時の義務

本人確認・帳簿等記録の義務、不正品の疑いがある場合の申告義務の他、古物営業時の主な義務として、以下のようなものがあります。

許可証の携帯と提示(古物営業法第 11 条)

出張買取り、行商、せり売りをする場合には「許可証」を携帯し、取引相手から提示を求められた場合提示しなければならない。従業員等に行商をさせる場合には、行商従業員証を携帯させなくてはならない。違反時には、許可証携帯義務違反、行商従事者証携帯義務違反として 10 万円以下の罰金が科せられる(第 35 条第 2 号)。

標識の掲示(古物営業法第 12 条)

営業所ごとに、公衆の見やすい場所に標識を掲示しなければならない。違反時には、標識の掲示義務違反として 10 万円以下の罰金が科せられる(古物営業法第 35 条第 2 号)。

管理者の選任(古物営業法第 13 条)

営業所又は古物市場に係る業務を適正に実施するための責任者として、管理者一人を選任しなければならない。

また、取り扱う古物が不正品であるかどうかを判断するために必要なものとして、古物営業法施行規則第 14 条で定める知識、技術または経験を得させるように努めなければなりません。

行商と営業の制限(古物営業法第 14 条)<sup>14</sup>

露店、催し物場への出店など、自身の営業所の外で古物営業を行う場合を「行商」といい、営業所を離れて古物営業を行う場合は、「行商する」の届出が必要です。例えば、「古物市場に出入りして取引を行う」「取引の相手方の住居に訪問して取引する」「デパート

<sup>14</sup> 警視庁ウェブサイト (<http://www.keishicho.metro.tokyo.jp/tetuzuki/kobutu/kaisetu.htm>)

等の催事場に出店する」場合などは、許可内容が「行商する」となっていることが必要です。

ただし、「行商する」の届出がある場合においても、相手方の住所又は居所以外の場所で買い取りはできません（古物営業法第14条第1項）。古物商以外の一般の方（法人も含む）から古物を「受け取る」ことは、「自身の営業所」、「相手方の住所又は居所」でなければできません。

違反時には、古物商の営業の制限違反として1年以下の懲役又は50万円以下の罰金が科せられます（古物営業法第32条）。

## 6) 違反事例

### ① 許可・届出に関する違反行為

古物営業には各種義務が課せられ、違反した場合は罰則が定められているほか、行政処分（許可取消、営業停止、指示）の対象になります。例えば、図表100に記載している内容は違反行為となります。

図表 100 古物営業の許可・届出に関する違反行為

- 個人で許可を取得された方が法人経営を行っている場合（自身が代表者であっても、新たに法人として許可を取得しなければなりません。）
- 親会社の「法人許可」で、子会社が古物営業している場合。
- 営業所を他県に移転・新設したにも関わらず、当該県の公安委員会の許可を得ずに古物営業を行っている場合。
- 許可証に記載されている事項（氏名又は名称、住所又は居所、代表者の氏名、住所、行商する・しない）が変更になったにも関わらず、許可証の書換を申請していない場合。
- ホームページを開設して古物営業を行っているにも関わらず、届出を出していない場合。（ホームページの閉鎖やアドレスの変更も届出が必要）

出典）警視庁ウェブサイト（<http://www.keishicho.metro.tokyo.jp/tetuzuki/kobutu/ihan.htm>）  
「リユースハンドブック」日本リユース業協会

### ② 少年が万引きした商品の買取（申告義務違反）

取引の相手方の挙動不審や持ち込まれた品物に盗品等の疑いがある場合は、警察（管轄署の盗犯係）に申告（通報）する必要があります。

リユースショップ A 社では、少年グループが万引きした商品（ゲームソフト）の買取を行った疑いにより、古物営業法に基づき営業停止処分が出された。A 社では怪しいと思いつつ、警察への申告を行いませんでした。

また、B 社では、同様のケースで盗品等有償譲り受けの疑いで警察からの家宅捜索を受けました。B 社は、盗品との認識があったとは断定できないことから立件はされませんでした。警察より中古品の買い取り方法や従業員教育の改善の要請がありました。B 社は要請を受け、18歳未満からの買い取りを禁止する等の対応を取りました。

### ③ 古物営業と見なされるインターネットオークション利用（無許可）

「自分の物をインターネットオークションサイトに出品する」ことは古物営業に関する許可・届出は不要です。ただし、利益目的で売買を継続している場合には古物営業とみなされ、許可なく行うことは古物営業法違反（無許可）となります。

実際に、インターネットオークションで落札したチケットを転売していた個人が逮捕されたとの報道がされております。取引回数・内容から無許可で古物営業を行っていたと判断されました。

### 3.2 リユース品の買取・販売に関連する法令（消費者保護の観点から遵守すべき法令）

#### (1) 「景品表示法」について

景品表示法は、不当な顧客誘引の防止を行い、消費者が自主的かつ合理的に良い商品・サービスを選択できることを目的とした法律です。

不当な顧客誘引の防止においては、不当な表示の禁止、過大な景品類の提供の禁止が定められており、不当な表示としては、優良誤認表示（品質、規格、その他の内容について著しく優良であると示す表示）と有利誤認表示（価格や取引条件に関して、著しく有利であると誤認される表示）、その他誤認されるおそれのある表示があります。

リユース業者においては、リユース品の販売時に不当な表示により消費者の利益を損なわないよう配慮する必要があるとともに、価格や取引条件に関して著しく有利であると誤認される表示をしてはなりません。

#### 1) 景品表示法の概要

景品表示法は、商品及び役務の取引に関連する不当な景品類及び表示による顧客の誘引を防止するため、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれのある行為の制限及び禁止について定めることにより、一般消費者の利益を保護することを目的としています。

#### 2) リユース品の販売時の不当な顧客誘引の禁止

不当な顧客誘引の防止においては、不当な表示の禁止、過大な景品類の提供の禁止が定められています。不当な表示としては、優良誤認表示（品質、規格、その他の内容について著しく優良であると示す表示）と有利誤認表示（価格や取引条件に関して、著しく有利であると誤認される表示）、その他誤認されるおそれのある表示とされています。これらはいずれも同法において禁止されています（図表 101）。

景品表示法に違反する不当な表示や、過大な景品類の提供が行われている疑いがある場合、消費者庁が関連資料の収集、事業者への事情聴取などの調査を実施します。調査の結果、違反行為が認められた場合は、当該行為を行っている事業者に対し、不当表示により一般消費者に与えた誤認の排除、再発防止策の実施、今後同様の違反行為を行わないことなどを命ずる「措置命令」が行われます。また、違反の事実が認められない場合であっても、違反のおそれのある行為がみられた場合は指導の措置が採られます。

また、違反行為を迅速、効果的に規制できるよう、都道府県知事も景品表示法に基づく権限を有しており、違反行為者に対して、措置命令を行うことができます。

リユース業者においては、リユース品の販売時に不当な表示により消費者の利益を損なわないよう配慮する必要があるとともに、価格や取引条件に関して著しく有利であると誤認される表示などを行わないよう注意が必要です。

図表 101 景品表示法で禁止されている表示及び不当表示例

禁止される表示	概要	不当表示の例
優良誤認表示	品質、規格、その他の内容について著しく優良であると示す表示を禁止	◆実際のものよりも著しく優良であると示すケース ◆競争業者のものよりも著しく優良であると示すケース
有利誤認表示	価格や取引条件に関して、著しく有利であると誤認される表示を禁止	◆実際のものよりも著しく有利であると誤認されるケース ◆競争業者のものよりも著しく有利であると誤認されるケース
その他誤認されるおそれのある表示	一般消費者に誤認されるおそれがあるとして内閣総理大臣が指定する不当表示	無果汁の清涼飲料水等、商品の原産国、消費者信用の融資費用、不動産のおとり広告、おとり広告、有料老人ホームに関する不当な表示※

※一般消費者が有料老人ホームを選択する時点において重要な判断要素となると考えられる事項（土地又は建物、施設又は設備、居室の利用、医療機関との協力関係、介護サービス、介護職員等の数、管理費等についての表示）について、制約事項があるのにそれが明りょうに記載されていない場合や、表示の内容が明らかにされていないものについて、不当表示として規定しています。

出典)「事例でわかる！景品表示法」消費者庁

(<http://www.caa.go.jp/representation/pdf/130208premiums.pdf/>)

### 3) 景品表示法とリユース業者の買取について

景品表示法が対象としている表示は「事業者が自己の供給する商品又は役務の内容又は取引条件等の取引に関する広告その他の表示」とされており、リユース業者のうち買い取り専門業者の広告においては景品表示法の対象にはなりません。買い取りビジネスに関する広告に関する法規制は今のところありません。

ただし、買い取りサービスにおいても、根拠なく「どこよりも高く買取ります」といった宣伝を行うことは有利誤認される表示であり、消費者に対して不利益を生じさせる行為となりますので、厳に慎まなければなりません。

### 4) 通報・連絡先<sup>15</sup>

消費者庁のウェブサイトには不当表示や過大な景品提供など景品表示法違反の疑いのある事実に関する情報を受け付ける「景品表示法違反被疑情報提供フォーム」が設置されています。景品表示法違反の疑いがある事実を見つけた場合にはこちらから情報提供してください。

◆消費者庁「景品表示法違反被疑情報提供フォーム」

([http://www.caa.go.jp/representation/disobey\\_form.html](http://www.caa.go.jp/representation/disobey_form.html))

<sup>15</sup> 消費者庁ウェブサイト (<http://www.caa.go.jp/representation/keihyo/ihanqa.html>) より

## (2) 「特定商取引に関する法律」について

特定商取引法に関する法律は、訪問販売や通信販売等、消費者トラブルを生じやすい取引類型を対象に、事業者が守るべきルールと、クーリング・オフ等の消費者を守るルールを定めています。これにより、事業者による違法・悪質な勧誘行為等を防止し、消費者の利益を守るための法律です。

一部の商品・取引形態を除き、リユース業者による訪問購入に一定の義務と制限が加えられ、飛び込み勧誘禁止、事業者名や物品の種類のみ、取引内容等を明記した書面の交付義務、クーリング・オフなどが必要となります。

### 1) 特定商取引に関する法律の概要

特定商取引法に関する法律は、訪問販売や通信販売等、消費者トラブルを生じやすい取引類型を対象に、事業者が守るべきルールと、クーリング・オフ等の消費者を守るルールを定めています。これにより、事業者による違法・悪質な勧誘行為等を防止し、消費者の利益を守るための法律です。

自宅に押しかけた事業者に貴金属等を強引に買い取られるといった被害が増えていることを受け、新たに「訪問購入」の規制を盛り込む「特定商取引に関する法律の一部を改正する法律」（平成 24 年法律第 59 号）が平成 25 年 2 月 21 日に施行されました。

リユース業者による買い取りに一定の義務と制限が加えられ、訪問購入のクーリング・オフ、飛び込み買い取り営業禁止などが定められています。

### 2) 訪問購入の義務と制限について

訪問購入の際に遵守すべき事項として、不招請勧誘の禁止（飛び込み勧誘禁止）、勧誘目的の明示（事業者名や物品の種類のみ）、再勧誘の禁止（一度取引を断った消費者への再勧誘の禁止）、書面の交付義務（物品の種類や特徴、購入価格、クーリング・オフに関する事項など明記）、引渡しの拒絶（消費者は書面交付から 8 日以内は物品の引渡しを拒むことができる）、クーリング・オフ（消費者は書面交付から 8 日以内は無条件で契約解除が可能）、クーリング・オフ期間内に物品を第三者に引き渡す際の通知義務などが必要となります（図表 102）。

訪問購入によって取引される「すべての物品」が規制対象となりますが、「①当該売買契約の相手方の利益を損なうおそれがないと認められる物品」または「②規定の適用を受けることとされた場合に流通が著しく害されるおそれがあると認められる物品」については、適用除外とされています。政令（第 16 条の 2）で定められており、具体的には、自動車、家具、家電、本、CD や DVD、ゲームソフト類、有価証券となっています（図表 103 の上段）。

また、消費者自ら自宅での契約締結等を請求した場合、いわゆる御用聞き取引、常連取引、転居に伴う売却の場合には、規制は適用されません（図表 103 の下段）。

違反事業者は行政処分（業務停止命令等）や罰則（懲役、罰金）の対象となります。（図表 104）

図表 102 特定商取引法における訪問購入時の遵守事項

遵守事項	具体的な内容
1. 不招請勧誘の禁止	訪問購入について、飛び込み勧誘は禁止となります。また、消費者から「査定」の依頼があっても、「査定」を超えた勧誘をしてはいけません。
2. 勧誘目的の明示	勧誘に先立って、事業者名や勧誘する物品の種類などを明示しなければなりません。
3. 再勧誘の禁止	消費者から勧誘の要請を受けて訪問しても、勧誘に先立って、消費者に勧誘を受ける意思があるかを確認しなければなりません。また、一度取引を断った消費者への再勧誘は禁止されています。
4. 書面の交付義務	物品の種類や特徴、購入価格、引渡しの拒絶やクーリング・オフに関する事項などが記載された書面を交付しなければなりません。
5. 引渡しの拒絶	消費者はクーリング・オフ期間中（4.の書面交付から8日以内）物品の引渡しを拒むことができます。また、迷惑をかけるような方法等で同期間内に引渡しをさせること等は禁止されます。
6. クーリング・オフ	4.の書面交付から8日以内であれば、売主たる消費者は無条件で契約の申込み撤回や契約の解除が可能です。
7. クーリング・オフ期間内に物品を第三者へ引き渡す際の通知義務	クーリング・オフ期間中に第三者に物品を引き渡す場合、第三者にクーリング・オフの対象物品であることなどを書面で通知しなくてはなりません。また、元々の売主である消費者に、第三者への引渡しに関する事項を通知しなくてはなりません。

※上記以外に、不実告知、迷惑勧誘等に関する規制がある。

出典)「ご存知ですか？訪問購入のルール」(事業者向け)消費者庁

(<http://www.no-trouble.go.jp/use/pdf/20140331us01.pdf>)

図表 103 適用除外となる商品、取引態様

適用除外の対象	具体的な商品・取引形態
適用除外となる商品	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自動車(2輪のものを除く。)</li> <li>・家具</li> <li>・家電(携行が容易なものを除く。)</li> <li>・本、CDやDVD、ゲームソフト類</li> <li>・有価証券</li> </ul>
適用除外となる取引態様	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者自ら自宅での契約締結等を請求した場合</li> <li>・いわゆる御用聞き取引の場合</li> <li>・いわゆる常連取引の場合</li> <li>・転居に伴う売却の場合</li> </ul> <p>※再勧誘の禁止等、一部規制は除外されない。</p>

出典)「ご存知ですか？訪問購入のルール」(事業者向け)消費者庁

(<http://www.no-trouble.go.jp/use/pdf/20140331us01.pdf>)

図表 104 特定商取引法の罰則(法第70条、第70条の2、第72条、第74条)

○不実告知、事実不告知、威迫・困惑 3年以下の懲役又は300万円以下の罰金、又は併科
○業務停止命令違反 2年以下の懲役又は300万円以下の罰金、又は併科
○書面交付義務違反、指示違反 100万円以下の罰金
※違反行為者本人だけでなく、監督責任のある法人や人にも罰金刑を科することができるもの(両罰規定)
○業務停止命令違反

3 億円以下の罰金（対法人）、300 万円以下の罰金（対人）
○不実告知、事実不告知、威迫・困惑
300 万円以下の罰金（対法人・人）
○書面交付義務違反、指示違反
100 万円以下の罰金（対法人・人）

### 3) 違反事例<sup>16</sup>

#### ① 訪問購入業者の執拗な貴金属の買取り勧誘

A 社は消費者宅に電話をかけ、訪問の承諾を取り付けた後に消費者宅に訪問し、貴金属等の物品の訪問購入を行っていました。その際、事前に消費者が用意していた古着等の物品ではない、貴金属の買取りについて唐突に勧誘を始めるなどし、執拗に貴金属の買取りについて勧誘を行っていました。消費者庁より、特定商取引法第 58 条の 13 第 1 項の規定に基づき、3 ヶ月の訪問購入に関する業務の一部（新規勧誘、申込受付及び契約締結）の停止を命じられました。

A 社が認定された違反行為は、氏名等不明示、不招請勧誘、勧誘を受ける意思の確認義務違反、物品の引渡しの拒絶に関する告知義務違反及び迷惑勧誘でした。

#### ② 不用品回収を行う訪問販売業者の違反事例

B 社は、走行中のトラックから不用品を回収する旨のアナウンスで顧客を誘引し、回収を依頼した顧客に対してあらかじめ料金を提示することなく、依頼された以外のものまでトラックに積み込み、その後高額な料金を請求し、顧客が回収を断っても執拗に勧誘を続けるなどしていました。消費者庁より、特定商取引法第 8 条第 1 項の規定に基づき、訪問販売に関する業務の一部（新規勧誘、申込み受付及び契約締結）の停止を命じられました。

B 社が認定された違反行為は、威迫・困惑、再勧誘、迷惑勧誘、名称等不明示、契約書面の不備でした。

A 社はリユース業者ではありませんが、消費者宅に電話をかけた際に、古着等の訪問購入ということで勧誘をしています。消費者からはリユース業者も同じような事業者と混同される恐れもあります。また、B 社もリユース業者ではありませんが、“不用品を引取ってもらう”という観点で消費者からはリユース業者も同じような事業者と混同される恐れもあります。

訪問購入に際しては、特定商取引法を遵守し、消費者に安心してリユースしていただくよう努める必要があります。

<sup>16</sup> いずれも経済産業省の報道発表資料より作成

#### 4) 通報・連絡先

誰でも、特定商取引法に違反する悪質な事業者について国や都道府県へ情報提供し適切な措置をとるように求めることができます（申出制度）。申出を希望する方への助言・指導などを特定商取引法上の指定法人として行っている（一財）日本産業協会が相談窓口となっています。

◆一般財団法人日本産業協会（特定商取引法上の指定法人）

(<http://www.nissankyo.or.jp/>)

### (3) 「不正競争防止法」について

不正競争防止法は、事業者間の公正な競争及びこれに関する国際約束の的確な実施を確保するため、不正競争の防止及び不正競争に係る損害賠償に関する措置等を講じ、もって国民経済の健全な発展に寄与することを目的としています。

知的財産権の観点からは、商品や営業主体の混同行為、他人の著名表示の不正使用行為、他人の商品の形態を模倣したデッドコピー等が違反行為となります。

リユース業者が取扱う商品としては、例えば、無断複製や海賊版の音楽 CD、映画の DVD、ゲームソフト、コンピュータソフト、偽ブランド製品やレプリカなど商標を不正に使用した製品などが該当します。これらを取り扱うことは知的財産の侵害にあたり、罰則が科せられます。

真正品との確信が得られない場合には買取りしないととも、不正が強く疑われる場合には警察に通報することが重要です。

#### ① 「不正競争防止法」について

この法律は、事業者間の公正な競争及びこれに関する国際約束の的確な実施を確保するため、不正競争の防止及び不正競争に係る損害賠償に関する措置等を講じ、もって国民経済の健全な発展に寄与することを目的としています。

不正競争防止法違反とは、不正競争防止法第 2 条第 1 項所定の不正競争行為に該当する行為であり、知的財産権の観点からは、具体的には、商品や営業主体の混同行為、他人の著名表示の不正使用行為、他人の商品の形態を模倣したデッドコピー等がこれにあたります。

#### ② 不正競争行為に該当する行為

商品形態が需要者の間に広く認識されている（周知と言います。）商品等表示にあたる場合は、同一または類似の商品形態の商品を譲渡するなどし、他人の商品と混同を生じさせる行為は、周知表示混同惹起行為とされています（不正競争防止法第 2 条第 1 項 1 号）。

また、他人の商品・営業の表示（商品等表示）として著名なものを、自己の商品・営業の表示として使用する行為は、著名表示不正使用行為として、不正競争防止法違反に問われます。（不正競争防止法第 2 条第 1 項 2 号）。

上記のいずれにもあたらない場合においても、他人の商品の形態を模倣した商品を販売することは、商品形態模倣頒布行為とされ、知的財産の侵害にあたり、不正競争防止法違反に問われます（不正競争防止法第 2 条第 1 項 3 号）。

不正の利益を得る目的で不正競争を行った者は、5 年以下の懲役若しくは 500 万円以下の罰金、またはこれを併科、法人罰則は 3 億円以下の罰金を科せられます（不正競争防止法第 21 条第 2 項）。また、その物品を買った人には代金返還や損害賠償をしなければなりません。

リユース業者が取扱う商品としては、例えば、無断複製や海賊版の音楽 CD、映画の DVD、ゲームソフト、コンピュータソフト、偽ブランド製品やレプリカなど商標を不正に使用した製品などが該当します。これらを取り扱うことは知的財産の侵害にあたり、罰則が科せられます。

真正品との確信が得られない場合には買取りしないととも、不正が強く疑われる場合には警察に通報することが重要です。

## (4) 「消費者契約法」について

消費者契約法は、消費者と事業者の間には情報の質や量、交渉力に大きな差があることを踏まえ、消費者と事業者が対等に契約できるように制定された法律です。

リユース品の売買も含む、消費者と事業者の間の全ての契約に適用され、不適切な勧誘で誤認・困惑して契約した場合の契約取消、消費者に一方的に不当・不利益な契約条項の一部または全部を無効にすることができます。

消費者契約法は、消費者と事業者の間には情報の質や量、交渉力に大きな差があることを踏まえ、消費者と事業者が対等に契約できるように制定された法律です。

リユース品の売買も含む、消費者と事業者の間の全ての契約に適用され、不適切な勧誘で誤認・困惑して契約した場合の契約取消、消費者に一方的に不当・不利益な契約条項の一部または全部を無効にすることができます。

図表 105 消費者契約法の概要（契約取消、契約条項の一部または全部の無効）

	具体的な内容
不適切な勧誘で誤認・困惑して契約した場合の契約取消（①～⑤）	①不実告知（重要な事項について事実と違うことを言う） ②断定的判断（将来の変動が不確実なことを断定的に言う） ③不利益事実の不告知（利益になることだけ言って、重要な項目について不利益になることを故意に言わない） ④不退去（帰って欲しいと言ったのに、帰らない） ⑤監禁（帰りたと言ったのに帰してくれない）
消費者に一方的に不当・不利益な契約条項の一部または全部の無効（⑥～⑨）	⑥事業者の損害賠償責任を免除したり制限する条項 ⑦不当に高額な契約損料 ⑧不当に高額な遅延損害金 ⑨信義誠実の原則に反して消費者の利益を一方的に害する条項

出典)「消費者契約法活用術」消費者庁

(<http://www.consumer.go.jp/kankeihourei/keiyaku/index.html>)

## (5) 「個人情報の保護に関する法律」について

**個人情報の保護に関する法律は、個人情報の適正な取扱いに関し、個人情報を取り扱う事業者の遵守すべき義務等を定めることにより、個人情報の有用性に配慮しつつ、個人の権利利益を保護することを目的とした法律です。**

**同法の義務の対象となる個人情報取得事業者であるかどうかにかかわらず、顧客情報や従業員の情報など個人の権利や利益を害することがないように取り扱う必要があります。**

個人情報の保護に関する法律は、個人情報の適正な取扱いに関し、個人情報を取り扱う事業者の遵守すべき義務等を定めることにより、個人情報の有用性に配慮しつつ、個人の権利利益を保護することを目的とした法律です。

情報化の急速な進展により、個人の権利利益の侵害の危険性が高まったこと、国際的な法制定の動向を受けて、平成 15 年 5 月に成立、平成 17 年 4 月に全面施行されました。

個人情報とは「生存する個人に関する情報であつて、当該情報に含まれる氏名、生年月日その他の記述等により特定の個人を識別することができるもの（他の情報と容易に照合することができ、それにより特定の個人を識別することができることとなるものを含む。）」（個人情報の保護に関する法律 第 2 条）とされており、法の義務の対象となる個人情報は、主として「検索することができるように体系的に構成」された個人情報です。

法の義務の対象となる個人情報取得事業者とは、5,000 人分を超える個人情報を事業活動に利用する事業者となります。なお、5,000 人以下の個人情報を取扱う事業者でも個人の権利や利益を害することのないよう努めることが求められています。

個人情報取扱事業者は、利用目的の特定・通知、安全管理措置、個人情報の第三者提供に当たって原則本人に同意をとるなどの義務を負います（図表 106）。

図表 106 個人情報取得事業者に課せられる義務（個人情報の保護に関する法律）

- 個人情報の利用目的を特定し、その目的以外には利用しない。（法第 15 条、第 16 条）
- 偽りその他不正な手段によって個人情報を取得してはならない。（法第 17 条）
- 個人情報を取得したときは、利用目的を本人に速やかに伝える。また、本人から直接書面で取得する場合には、あらかじめ利用目的を明示しなければならない。（法第 18 条）
- 利用目的の範囲内で、個人データを正確かつ最新の内容に保つよう努める。（法第 19 条）
- 漏えいや滅失を防ぐため、必要かつ適切な安全管理措置を講じなければならない。（法第 20 条）
- 従業員・委託先に対して必要かつ適切な監督を行う。（法第 21-22 条）
- 本人の同意を得ずに、第三者に提供してはならない。（法第 23 条）
- 本人からの求めに応じて開示、訂正、利用停止、削除を行う。（法第 24-27 条）
- 本人から苦情などの申出があった場合は、適切かつ迅速な処理に努める（法第 31 条）

出典)「よくわかる個人情報保護しくみ<<改訂版>>」消費者庁より作成

([http://www.caa.go.jp/planning/kojin/kaisetsu/2014kojin\\_panfu.pdf](http://www.caa.go.jp/planning/kojin/kaisetsu/2014kojin_panfu.pdf))

### 3.3 特定の製品を取り扱う際に遵守すべき法律

特定の製品を取り扱う際に遵守すべき法律については、本資料で紹介している法令以外にも個別に確認すべき事項があります。例えば、都市ガス用の器具に対する PSTG マーク（ガス事業法）、液化石油ガス（LP ガス）用の器具等に対する PSLPG マーク（液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律）なども確認が必要です。

#### (1) 「電気用品安全法」について

**電気用品安全法は、電気用品の製造、販売等を規制するとともに、電気用品の安全性の確保につき民間事業者の自主的な活動を促進することにより、電気用品による危険及び障害の発生を防止することを目的とする法律です。**

**特定電気用品(全 116 品目)、特定電気用品以外の電気用品(全 341 品目)を対象に、PSE マークもしくは、旧電気用品取締法の表示のない電気用品は、販売及び販売の目的で陳列することができません。**

**なお、リユース業者においては、PSE マークもしくは旧電気用品取締法の表示があっても、その製品が安全に利用できるか確認・チェックしてから販売することが望まれます。**

#### 1) 電気用品安全法の概要

電気用品安全法は、電気用品の製造、販売等を規制するとともに、電気用品の安全性の確保につき民間事業者の自主的な活動を促進することにより、電気用品による危険及び障害の発生を防止することを目的とする法律です。

同法に基づき、PSE マーク等の表示のない電気用品の販売は禁止されています。

#### 2) PSE マーク制度<sup>17</sup>について

同法で定められる特定電気用品（全 116 品目）、及び特定電気用品以外の電気用品（全 341 品目）について、製造又は輸入の事業を行う者は、技術上の基準に適合していることを自主検査し、検査記録を作成、保存する必要があります。また、特定電気用品である場合には、登録検査機関の技術適合性検査を受け、適合性証明書の交付を受ける必要があります。その上で省令で定める方式による PSE マーク等を表示することができます。表示がないものは、販売及び販売の目的で陳列してはなりません。

電気用品安全法に基づき、PSE マーク若しくは、旧電気用品取締法の表示がない電気用品は販売できません。主な対象品目を図表 107 に示します。

ただし、以下については承認制度を利用することにより販売することができます。

- ・ 電気楽器等（電気楽器、電子楽器、音響機器、写真焼付器、写真引伸機器、写真引伸機用ランプハウス及び映写機）のビンテージ品については特別承認制度
- ・ アンティーク照明器具等については例外承認制度

<sup>17</sup> PSE について、P 及び S は Product Safety、E は Electrical Appliances & Materials の略

図表 107 電気用品に付される PSE マークと対象品目

分類	表示マーク	対象品目
特定電気用品		全 116 品目 電気温水器、電熱式・電動式おもちゃ、電気ポンプ、電気マッサージ器、自動販売機、直流電源装置など
特定電気用品以外の電気用品		全 341 品目 電気こたつ、電気がま、電気冷蔵庫、電気歯ブラシ、電気かみそり、白熱電灯器具、電気スタンド、テレビジョン受信機、音響機器、リチウムイオン蓄電池など

出典) 経済産業省「電気用品安全法のページ」

(<http://www.meti.go.jp/policy/consumer/seian/denan/index.htm>)

### 3) 違反事例

#### 輸入した電気用品における違反

リユース業者ではありませんが、商社 A は、海外から輸入した電気用品について、PSE マーク無しで販売したことで、経済産業省より行政処分（改善命令、表示の禁止）及び行政指導を受けています。同社は法の義務を果たしていない電気用品についてすでに販売を停止し、自主回収を実施しています。

リユース業者においては、海外から中古・リユースの電気用品を購入し、国内で販売する場合があります。電気用品安全法の遵守が求められます。

## (2) 「消費生活用製品安全法」について

消費生活用製品安全法は、一般消費者の生命又は身体に対する危害の防止を図るため、特定製品の製造及び販売を規制するとともに、適切な保守を促進、一般消費者の利益を保護することを目的とした法律です。

消費者の生命・身体に対して特に危害を及ぼすおそれが多い製品として、特定製品が定められており、例えば、圧力なべ、ヘルメット、石油機器（給湯機、石油ストーブなど）などが対象となっています。これらは、国の定めた技術上の基準に適合した旨のPSCマークがないと販売できません。

これらの製品を取り扱うリユース業者においては、PSCマークを確認した上で販売する必要があります。なお、PSCマークの表示があっても、その製品が安全に利用できるか確認・チェックしてから販売することが望まれます。

### 1) 消費生活用製品安全法の概要

消費生活用製品安全法は、一般消費者の生命又は身体に対する危害の防止を図るため、特定製品の製造及び販売を規制するとともに、適切な保守を促進、一般消費者の利益を保護することを目的とした法律です。

特定製品の「製造」又は「輸入」、及び「販売」の事業を行う者は、届出や製品毎に定める技術基準に適合させる等の義務を履行した場合に付することができる表示（＝「PSCマーク」）が付されているものでなければ、「特定製品を販売し、又は販売の目的で陳列してはならない」とされており、販売が制限されます。

具体的な特定品目、特別特定品目として、家庭用の圧力なべ及び圧力がま、乗車用ヘルメット、乳幼児用ベッド、登山用ロープ、携帯用レーザー応用装置、浴槽用温水循環器、石油給湯機、石油ふろがま、石油ストーブ、ライターの10製品が対象となっています（詳細は図表108参照）。

### 2) PSCマーク制度<sup>18)</sup>について

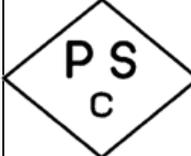
消費者の生命・身体に対して特に危害を及ぼすおそれが多い製品については、国の定めた技術上の基準に適合した旨のPSCマークがないと販売できず、マークのない製品が市中に出回った時は、国は製造事業者等に回収等の措置を命ずることができます。これらの規制対象品目は、自己確認が義務づけられている特定製品とその中でさらに第三者機関の検査が義務付けられている特別特定製品があります（図表108）。

PSCマークのない製品は、国内製、国外製を問わず、販売、販売目的の陳列が禁止されま。具体的には、店舗にて販売・販売のための陳列、通信販売、インターネットオークションを利用しての出品・販売を行うと違反となります<sup>19)</sup>。これらの製品を取り扱うリユース業者においては、PSCマークを確認した上で販売する必要があります。

<sup>18)</sup> PSCは、Product Safety of Consumer Productsを略したもの

<sup>19)</sup> 警視庁ウェブサイト「消費生活用製品安全法の規制対象製品について」  
(<http://www.keishicho.metro.tokyo.jp/tetuzuki/kobutu/shohi.htm>)

図表 108 国による消費生活用製品の安全規則 (PSC マーク制度)

特定品目		家庭用の圧力なべ及び圧力がま	内容積が 10 リットル以下のものであつて、9.8 キロパスカル以上のゲージ圧力で使用するよう設計したものに限る。
		乗車用ヘルメット	自動二輪車又は原動機付自転車乗車用のものに限る。
		登山用ロープ	身体確保用のものに限る。
		石油給湯機	灯油の消費量が 70 キロワット以下のものであつて、熱交換器容量が 50 リットル以下のものに限る。
		石油ふろがま	灯油の消費量が 39 キロワット以下のものに限る。
		石油ストーブ	灯油の消費量が 12 キロワット (開放燃焼式のものであつて自然通気形のものにあつては、7 キロワット) 以下のものに限る。
特別特定品目		乳幼児用ベッド	主として家庭用において出生後二四ヶ月以内の乳幼児の睡眠又は保育に使用することを目的として設計したものに限り、揺動型のものを除く。
		携帯用レーザー応用装置	レーザー光 (可視光線に限る。) を外部に照射して文字又は図形を表示することを目的として設計したものに限る。
		浴槽用温水循環器	主として家庭において使用することを目的として設計したものに限り、水の吸入口と噴出口とが構造上一体となっているものであつて専ら加熱のために水を循環させるもの及び循環させることができる水の最大循環流量が十リットル未満のものを除く。
		ライター	たばこ以外のものに点火する器具を含み、燃料の容器と構造上一体となっているものであつて当該容器の全部又は一部にプラスチックを用いた家庭用のものに限る。

出典) 経済産業省ウェブサイト

( [http://www.meti.go.jp/policy/consumer/scian/shouan/contents/shouan\\_gaiyo.htm](http://www.meti.go.jp/policy/consumer/scian/shouan/contents/shouan_gaiyo.htm) )

### 3.4 犯罪等の防止・早期発見、荷担しないために遵守すべき法律

#### (1) 「犯罪収益移転防止法」について

犯罪収益移転防止法は、犯罪で得た収益をマネー・ロンダリングやテロ行為等へ資金供与することを防止する目的で制定されたもので、金融機関や特定取引業者等に対し、義務が課せられています。

この特定取引業者等には、宝石・貴金属取扱事業者も含まれており、古物商許可を受けたリユース事業者が宝石・貴金属を取引する場合、同法の対象となります。

古物である貴金属等の売買の業務を行う古物商等において、200万円を越える貴金属等の売買契約の締結を行う際には、本人特定事項の確認義務、疑わしい取引の届出義務等が課せられます（図表 109）。

図表 109 古物商に係る「犯罪収益移転防止法」での義務

<p><b>【法律の概要】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>古物である貴金属等の売買の業務を行う古物商及び流質物である貴金属の売却を行う質屋（「特定古物商等」）は、特定事業者として、本人特定事項の確認義務、疑わしい取引の届出義務等が課される。</li> </ul> <p><b>【法律の対象となる取引】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>宝石・貴金属等の現金取引で200万円を超える場合</li> </ul> <p><b>【法律の対象となる宝石・貴金属】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>貴金属・・・金、白金、銀及びこれらの合金</li> <li>宝石・・・ダイヤモンドその他の貴石（ルビー、サファイヤ、エメラルド、アレキサンドライト等）半貴石（貴石以外の宝石）及び真珠</li> <li>製品・・・貴金属や宝石を使用した製品</li> </ul> <p><b>【取引時の確認等の義務】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>貴金属等の売買契約の締結を行う際には、「顧客等の本人特定事項」、「取引を行う目的、職業（法人にあっては事業の内容）及び法人の実質的支配者がある場合にはその本人特定事項」を確認する必要がある。</li> <li>加えて、記録の作成義務等（確認記録を7年間保存）、疑わしい取引の届け出（都道府県公安委員会）が必要である。</li> </ul>
--

参考) 都道府県警察ウェブサイト及び「古物商及び質屋（宝石・貴金属等取扱事業者）における疑わしい取引の参考事例（ガイドライン）」  
 (例えば、<https://www.police.pref.kanagawa.jp/mes/mesd0048.htm#kobutsu>)

#### 4. 参考文献・資料一覧

##### ◆古物営業法について

- ・古物営業に関する情報は各都道府県警察署のウェブサイトでも確認できます。
- ・例えば、警視庁ウェブサイトなどがあります。

(URL : <http://www.keishicho.metro.tokyo.jp/tetuzuki/kobutu/kobutu.htm>)

##### ◆景品表示法について

- ・消費者庁ウェブサイト (URL : <http://www.caa.go.jp/representation/>)
- ・例えば、以下のようなパンフレットが紹介されています。

「事例でわかる！景品表示法」消費者庁

(URL : <http://www.caa.go.jp/representation/pdf/130208premiums.pdf>)

「よくわかる景品表示法と公正競争規約」(平成23年2月)消費者庁

(URL : [http://www.caa.go.jp/representation/pdf/110329premiums\\_1.pdf](http://www.caa.go.jp/representation/pdf/110329premiums_1.pdf))

##### ◆特定商取引に関する法律について

- ・消費者庁ウェブサイト (URL : <http://www.caa.go.jp/trade/index.html#m11>)
- 消費者庁「特定商取引法ガイド」(URL: <http://www.no-trouble.go.jp/index.html>)
- ・例えば、以下のようなパンフレットが紹介されています。

「ご存知ですか？訪問購入のルール」(事業者向け)消費者庁

(URL : <http://www.no-trouble.go.jp/use/pdf/20140331us01.pdf>)

##### ◆不正競争防止法について

- ・経済産業省ウェブサイト

(URL : <http://www.meti.go.jp/policy/economy/chizai/chiteki/>)

(URL : <http://www.meti.go.jp/policy/ipr/infringe/about/unfair.html>)

- ・例えば、以下のようなパンフレットが紹介されています。

「偽装表示の防止と不正競争防止法」

(URL : <http://www.meti.go.jp/policy/economy/chizai/chiteki/pdf/panfrethontai.pdf>)

##### ◆消費者契約法について

- ・消費者庁ウェブサイト (URL : <http://www.consumer.go.jp/kankeihourei/keiyaku/index.html>)
- ・例えば、以下のようなパンフレットが紹介されています。

「消費者契約法活用術」

(URL : <http://www.consumer.go.jp/kankeihourei/keiyaku/file/katsuyou1.pdf>) など

##### ◆個人情報の保護に関する法律について

- ・消費者庁ウェブサイト (URL : <http://www.caa.go.jp/planning/kojin/>)

・例えば、以下のようなパンフレットが紹介されています。

「よくわかる個人情報保護しくみ〈改訂版〉」

(URL : [http://www.caa.go.jp/planning/kojin/kaisetsu/2014kojin\\_panfu.pdf](http://www.caa.go.jp/planning/kojin/kaisetsu/2014kojin_panfu.pdf))

◆電気用品安全法について

・経済産業省ウェブサイト「電気用品安全法のページ」

(URL : <http://www.meti.go.jp/policy/consumer/seian/denan/index.htm>)

◆消費生活用製品安全法について

・経済産業省ウェブサイト「消費生活用製品安全法のページ」

(URL : <http://www.meti.go.jp/policy/consumer/seian/shouan/index.htm>)

◆犯罪収益移転防止法について

・犯罪収益移転防止法に関する情報は各都道府県警察署のウェブサイトでも確認できます。

・「古物商及び質屋（宝石・貴金属等取扱事業者）における疑わしい取引の参考事例（ガイドライン）」もご確認ください。

・例えば、神奈川県警ウェブサイトなどがあります。

(URL : <http://www.keishicho.metro.tokyo.jp/tetuzuki/kobutu/kobutu.htm>)

◆「リユースハンドブック」（日本リユース業協会、2012年1月発行）

・リユース品の買取・販売を行う『リユースショップ』を営業していくうえで必要な基礎知識をわかりやすくまとめたテキストです。古物営業法を中心に、幅広く整理されています。

・日本リユース業協会のウェブサイトから購入することができます。

(URL : <http://www.re-use.jp/handobook/>)